



**Universidade de
Aveiro
2016**

Departamento de Comunicação e Arte

Sara Campos

**StudentSurfer: Afinal o que fazem os
estudantes universitários com a Internet?**



Sara Campos

**StudentSurfer: Afinal o que fazem os
estudantes universitários com a Internet?**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Lídia J. Oliveira Loureiro da Silva, Professora Associada com Agregação do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

O júri

Presidente

Prof. Doutor Vania Baldi
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Raimundo Claudio Silva Xavier (Arguente Principal)
Professor Adjunto da Universidade do Estado da Bahia

Prof.^a Doutora Lúdia de Jesus Oliveira Loureiro da Silva (Orientadora)
Professora Associada com Agregação da Universidade de Aveiro

Agradecimentos

Agradeço, em primeiro lugar, à minha orientadora, Professora Lídia Oliveira da Silva, pela sua presença ao longo de todo o caminho deste projeto. Sem o seu apoio, o seu constante incentivo e paciência, seguramente não teria caminhado tão longe.

A todas as Universidades contactadas, para divulgação do questionário online, por atenderem ao pedido e pela forma rápida como favoreceram todo o processo.

A todos os respondentes, estudantes das diversas Universidades do questionário, sem eles não seria possível desenvolver o trabalho apresentado.

A toda a minha família e amigos que me apoiaram ao longo de todo este processo demoroso e difícil.

Por fim, agradeço a todos os meus colegas de Mestrado que me acompanharam durante os anos e me apoiaram.

Foi com todos os contributos que se fez a investigação agora apresentada.

Palavras-chave

Internet, web, net, tendências, utilização, estudantes universitários, estudantes de faculdade, tempo social, competências.

Resumo

A Internet tem ganho relevo na vida dos estudantes universitários, sendo esta uma importante e persistente ferramenta nas suas atividades pessoais, sociais e académicas. Tendo em consideração que os jovens passam, por dia, um número significativo de horas *online*, o estudo teve como objetivo dar a conhecer as tendências de uso da Internet por parte dos estudantes, compreender a importância da mesma na gestão dos usos sociais do tempo e aferir as competências infocomunicacionais que permitem aos estudantes universitários um uso analítico e crítico da Internet. Esta investigação fundamentou-se num carácter descritivo-quantitativo, realizado junto da população estudantil universitária portuguesa. Os instrumentos utilizados foram a revisão sistemática da literatura e o Inquérito por questionário *online*, que assentou em pedidos de divulgação do questionário através da estratégia de “bola de neve” nas redes sociais. Após a divulgação, recolha de dados e análise do questionário, pôde-se concluir que existem similaridades entre os tipos de serviços utilizados pelos estudantes universitários e os seus graus académicos, assim como similaridades na intensidade e finalidades com que os serviços são utilizados. Também se pôde concluir que a maioria dos estudantes frequenta a Licenciatura; tendem a estar mais de oito horas por dia – ou por períodos entre seis horas a oito horas – ligados à Internet; e utilizam a Internet maioritariamente para atividades académicas. Assim se concluiu que a Internet realmente influencia o tempo social do estudante, uma vez que se mantém conectado, mesmo quando realiza outras actividades diversas como conversar ou tomar refeições, utilizando-a de diferentes formas. Por fim, concluiu-se que grande parte dos estudantes mostra não ter conhecimento, ou usar raramente, certos tipos de serviços de carácter académico.

Keywords

Internet, web, net, trends, usage, college students, graduate students, social time, skills.

Abstract

The Internet has been making increasingly part of the lives of college students, which is an important and constant tool for the student's personal activities, social and academic. Given that, young people spend a significant number of online hours a day, the study had as objective to make known the Internet usage trends by the students as well as understand the importance of the Internet use in the management of social uses of time and what infocommunicative skills college students have to allow them an analytical and critical use of the Internet. This research was descriptive and quantitative approach and was carried out with the university student population. The instruments used were the systematic review and the survey by online questionnaire, it has been distributed requests for disclosure of the questionnaire created and been used the strategy of "snowball" in social networks. After the dissemination, collection of data and analysis of the questionnaire can be concluded that there are similarities between the types of services used by college students and their academic degrees, as well as similarities to the extent of which services are used and purposes for which they are used. It can also be concluded that most students tend to belong to the graduation degree, as well as tend to be more than eight hours a day or to be between six and eight hours a day connected to the Internet and still tend to use Internet mostly for academic activities. Thus it can be concluded that the Internet really influences the student's social time, because even when to perform tasks such as eating or talking, the student at the same time is connected to the Internet and uses it in different ways. Finally, it was concluded that largely students show that they have no knowledge or rarely use certain types of academic kind of services, although there is a small percentage of students who uses sometimes or often that kind of services.

StudentSurfer: Afinal o que fazem os estudantes universitários com a Internet?

Índice Geral de Conteúdos

Introdução	1
Relevância do trabalho	1
Motivação da dissertação	3
Questão de investigação	4
Hipóteses.....	4
Objectivos da investigação	5
Estrutura do Trabalho	6
Cap. 1 - A Internet e os Jovens Universitários	7
1.1.A pesquisa de informação.....	10
1.2. As redes sociais online	18
1.3. Os Jogos online	26
1.4. As Compras online.....	34
1.5. Conteúdos Audiovisuais	28
1.6. E-mail.....	30
1.7. Os dispositivos móveis	33
Cap. 2 - Os usos sociais do tempo pelos jovens universitários.....	34
2.1. Tempo de estudo, gestão do tempo e coordenação do quotidiano	37
Cap. 3 - As competências infocomunicacionais	41
3.1. Competências Operacionais	44
3.2. Competências Informacionais.....	44
3.3. Competências Comunicacionais	45
Cap. 4 Metodologia de Investigação	45
Tipo de estudo	45
Amostra.....	46
Instrumentos	46
Plano de Contingência.....	46
Modelo de Análise (ver anexo 01)	47
Cronograma (ver anexo 02)	47
Cap. 5 Apresentação, Estudo e Discussão dos Resultados	47
Inquéritos Realizados	47
Análise dos Inquéritos.....	47
Conclusão	99
Respostas às questões de investigação	99
Grau de cumprimento dos objetivos e Limitações da Investigação	106
Perspectivas de Trabalho Futuro	106
Bibliografia	107
Anexos.....	111

Índice de Anexos (Formato digital)

Anexos.....	111
Anexo01 – Modelo de Análise.....	111
Anexo02 - Cronograma	114
Anexo03 – Questionário.....	116
Anexo04 – Resultados do Questionário.....	132
Anexo05 – Tabelas de Frequência e Gráficos (P.01,P.02, P.03, P.04, P.05, P.09, 10 e 13) ..	135
Anexo06 – Tabelas cruzadas múltiplas e tabela cruzada (P.07 e P.09)	145
Anexo07 – Tabelas cruzadas (P.06, P.01, P.02, P.03, P.04, P.05, P.09, P.10 e P.13)	172
Anexo08 – Tabelas de Frequência e Gráficos (P.06, P.07 e P.08)	331
Anexo09 – Tabelas de Frequência e Gráficos (P.18)	381
Anexo10 – Tabelas de Frequência e Gráficos (P.11, P.12 e P.14)	391
Anexo11 – Tabelas de Frequência e Gráficos (P.15 e P.17)	418
Anexo12 – Lista de respostas à P.16	431
Anexo13 – Listas de respostas à P.19.....	437

Índice de Figuras (Gráficos e Tabelas)

Figura 1 - (EOT)	38
Figura 2 - (IVS)	39
Figura 3 – Gráfico de Frequências (P01 – Género).....	48
Figura 4 – Gráfico de Frequências (P02 - Idade).....	48
Figura 5 - Tabela de Frequências (P03 - Área de Estudo)	50
Figura 6 - Gráfico de Frequências (P03 - Área de Estudo)	50
Figura 7 - Tabela de Frequências (P04 - Grau Académico)	51
Figura 8 - Gráfico de Frequências (P04 - Grau Académico)	51
Figura 9 – Tabela de Frequências (P05 - Universidade)	52
Figura 10 - Gráfico de Frequências (P05 - Universidade)	52
Figura 11 - Tabela de Frequências (P09 - Horário)	53
Figura 12 - Gráfico de Frequências (P09 - Horário).....	53
Figura 13 - Tabela de Frequências (P01/P09/P02 – Feminino)	54
Figura 14 - Tabela de Frequências (P01/P09/P02 – Feminino/Masculino)	55
Figura 15 - Tabela de Frequências (P01/P09/P02 – Masculino)	55
Figura 16 - Tabela de Frequências (P01/P09/P03 – Feminino 01)	56
Figura 17 - Tabela de Frequências (P01/P09/P03 – Feminino 02)	57
Figura 18 - Tabela de Frequências (P01/P09/P03 - Masculino).....	57
Figura 19 - Tabela de Frequências (P01/P09/P04 - Feminino)	58
Figura 20 - Tabela de Frequências (P01/P09/P04 – Masculino)	58
Figura 21 - Tabela de Frequências (P01/P09/P05 – Feminino)	59
Figura 22 - Tabela de Frequências (P01/P09/P05 – Masculino)	59

Figura 23 - Tabela de Frequências (P01/P09/P10 – Feminino)	60
Figura 24 - Tabela de Frequências (P01/P09/P10 – Masculino)	60
Figura 25 - Tabela de referência cruzada (P07/P09 - Parte 01)	61
Figura 26 - Tabela de referência cruzada (P07/P09 - Parte 02)	61
Figura 27 - Tabela de referência cruzada (P07/P09 - Parte 03)	62
Figura 28 - Tabela de referência cruzada (P07/P09 - Parte 04)	62
Figura 29 - Tabela de Frequências (P10 – Intensidade Diária)	63
Figura 30 - Gráfico de Frequências (P10 – Intensidade Diária)	63
Figura 31 - Gráfico de Frequências (P06 – Google)	75
Figura 32 - Gráfico de Frequências (P06 – Wikipédia)	75
Figura 33 - Gráfico de Frequências (P06 – Facebook)	76
Figura 34 - Gráfico de Frequências (P06 – Youtube)	76
Figura 35 - Gráfico de Frequências (P06 – E-mail)	77
Figura 36 - Gráfico de Frequências (P06 – Google Académico)	77
Figura 37 - Gráfico de Frequências (P06 – Videoconferência)	78
Figura 38 - Gráfico de Frequências (P06 – Chat Online)	78
Figura 39 - Gráfico de Frequências (P07 – Computador Fixo)	79
Figura 40 - Gráfico de Frequências (P07 – Computador Portátil)	79
Figura 41 - Gráfico de Frequências (P07 – Smartphone)	80
Figura 42 - Gráfico de Frequências (P07 – Tablet)	80
Figura 43 - Gráfico de Frequências (P08 – Google)	81
Figura 44 - Gráfico de Frequências (P08 – Wikipédia)	81
Figura 45 - Gráfico de Frequências (P08 – Academia.edu)	82
Figura 46 - Gráfico de Frequências (P08 – Facebook)	82
Figura 47 - Gráfico de Frequências (P08 – Youtube)	83
Figura 48 - Gráfico de Frequências (P08 – E-mail)	83
Figura 49 - Gráfico de Frequências (P08 – Videoconferência)	84
Figura 50 - Gráfico de Frequências (P08 – Chat Online)	84
Figura 51 - Gráfico de Frequências (P12 – Atividades Académicas)	89
Figura 52 - Gráfico de Frequências (P12 – Atividades Pessoais)	90
Figura 53 - Gráfico de Frequências (P12 – Atividades Sociais)	90
Figura 54 - Tabela de Frequências (P13 – Gestão do Tempo)	91
Figura 55 - Gráfico de Frequências (P13 – Gestão do Tempo)	91
Figura 56 - Gráfico de Frequências (P17 – Credibilidade01)	97
Figura 57 - Gráfico de Frequências (P17 – Credibilidade02)	97
Figura 58 - Gráfico de Frequências (P17 – Factual/Opinião)	97
Figura 59 - Gráfico de Frequências (P17 – Imagens)	98
Figura 60 - Gráfico de Frequências (P17 – Vídeos)	98
Figura 61 - Gráfico de Frequências (P17 – Partilha)	98

Introdução

Relevância do trabalho

A Internet é uma ferramenta muito utilizada hoje em dia pelos estudantes, não só como forma de entretenimento, mas também como uma vasta fonte de informação. A Internet cria um novo espaço antropológico (Oliveira, 2001) que abre novas oportunidades de acesso à informação e de relacionamento. Este espaço é uma arena de interação social que é necessário observar e estudar, no sentido de compreender que novas dinâmicas se estão a estabelecer – segundo Florida Tomos (2013), existe impacto quer na vida pessoal, quer profissional. Por esse motivo, é de grande relevância pensar que muitas Universidades do mundo têm apostado nas tecnologias de informação, mais especificamente a Internet, promovendo então o uso desta ferramenta (Tomos et al., 2013).

De acordo com o estudo realizado por R. Junco, o uso do computador, por jovens, e da Internet é de grande escala em relação a outros grupos etários. *“The Pew data showed that 86% of households with a teenager owned a computer and 94% of teens reported using the Internet. Youth use the Internet at higher rates than people from other age groups: 95% of those 18–33 years old go online, 86% of those 34–45 go online, and 81% of those 46–55 go online.”* (Junco, 2013, p.75). Segundo o estudo “iSpy : seeing what students really do online”(Junco, 2013) este aponta existir um foco no uso das redes sociais pelos estudantes universitários em diversas investigações anteriores como a de Mesch e Talmud em 2010. O mesmo estudo aponta existir também uma necessidade de investigar o tempo despendido, pelos estudantes universitários, nas atividades realizadas no computador seja com finalidades sociais ou académicas. Tendo tido este estudo como propósito encontrar uma estimativa concreta, mais eficiente, sobre o tempo que estes estudantes gastam nas suas atividades relacionadas com o computador e a internet, com especial atenção ao uso das redes sociais pelos estudantes. Teve como instrumento de recolha de dados: informação demográfica providenciada pelo serviço de investigação da universidade, assim como uma aplicação em que os estudantes iniciavam sessão e corria em segundo plano no computador, podendo assim monitorizar o uso do computador pelos estudantes durante dois meses. A amostra era constituída por uma amostra aleatória providenciada pelo serviço de investigação e estudantes que responderam a um questionário online.

Este questionário foi partilhado através de um link para os e-mails académicos dos estudantes, com perguntas de carácter demográfico e com perguntas relacionadas com potenciais análises futuras, assim como um pedido de instalação da aplicação para monitorizar os seus computadores. Esta amostra teve como incentivo um cartão de oferta de 10 dólares no website da Amazon, o que no final obteve 110 respostas ao questionário sendo entre estas 49 estudantes aceitaram instalar a aplicação embora 4 estudantes tenham desistido antes dos dois meses estipulados. Os dados recolhidos do questionário foram analisados com o Software

SPSS Statistics e os dados recolhidos por monitorização dos computadores foram divididos em categorias para simplificar a análise. Estes dados, atividades realizadas no computador e internet, foram divididos em: Redes sociais, Escrita, Gestão de Aprendizagem, Jogos, E-mail, Utilidades (Ferramentas do computador), Vídeo, Pesquisa e Atividades relacionadas com Referências (Wkipédia, enciclopédias online, livros digitais, etc). Após a discussão dos resultados, o estudo “iSpy : seeing what students really do online”(Junco, 2013) aponta que a limitação principal foi a possibilidade de que os alunos que escolheram instalar a aplicação tinham características não mensuradas que não compartilhavam com aqueles que recusaram a instalar o software e que essas características poderiam ter influenciado como usaram os seus computadores. A seguinte limitação da investigação foi a própria amostra que embora seja representativa da universidade, não se pode generalizar em relação a outras universidades. Ainda outra limitação da investigação foi a possibilidade de ter havido comportamentos diferentes dos estudantes pelo fato de saberem que estão a ser monitorizados, sendo que os estudantes poderiam se comportar de maneira diferente aquando não sendo observados, por talvez sentirem em um ambiente relaxado e menos controlado, existe uma ausência de pressão. Ainda outra limitação foi o uso de outros dispositivos para aceder à internet, não tendo como intuito de evitar o computador, mas pela razão de estes dispositivos fazerem parte do seu quotidiano, padrão de uso tecnológico, embora talvez tenha havido alguns alunos que possam ter tido o intuito de evitar o uso do computador com o software, dando uso a outro computador que não tivesse o software de monitorização. Por fim a outra limitação do estudo foi a época com que se realizou a investigação, tendo sido no verão, o que deu maior tempo para atividades recreacionais.

Teve-se como conclusão do estudo “iSpy : seeing what students really do online”(Junco, 2013) que o tipo de atividades que os estudantes realizam nos computadores varia quanto à existência ou inexistência de aulas, assim como os estudantes tem tendência a regularizar os seus computadores de forma a ajudá-los academicamente. Isto é, enquanto em época de aulas, os alunos visualizavam menos vídeos e utilizavam mais a plataforma académica, mas não despendiam menos tempo em outras formas de entretenimento, como as redes sociais, jogos e até mesmo usar a internet como uma ferramenta de referência enquanto em aulas. Ainda de acordo com R. Junco pode-se observar a possibilidade de que os estudantes utilizam as redes sociais não só para entretenimento, mas também para atividades académicas, como estabelecer ou manter relações com os colegas e ajudar a envolver, integrar na vida do campus universitário. O presente estudo “iSpy : seeing what students really do online”(Junco, 2013) aponta diferenças entre estudos prévios quanto ao uso das redes sociais e os resultados obtidos posteriormente, apontando uma necessidade para uma futura e aprofundada investigação sobre os valores obtidos. Por fim, R. Junco aponta uma possibilidade para pesquisa futura que seria investigar como as diferentes redes sociais podem afetar ou não os resultados académicos, assim como as motivações que leva o estudante a escolher certos tipos de atividades no computador e como essas motivações afetam no uso da tecnologia,

tendo em consideração medidas reais para obter uma visão clara sobre como estas tecnologias são usadas.

Tendo em conta os resultados da Obercom, quanto à utilização da Internet em Portugal, pode-se observar que, em 2010, 51,2% dos utilizadores portugueses afirmavam aceder à Internet por agregados familiares e 48,8% relatavam que não acediam; quanto a 2011, os resultados mostravam um aumento: 57% das pessoas em Portugal afirmava aceder à Internet e apenas 43% denotava não aceder; em 2013, pode-se observar que 57,2% da amostra afirmava que acedia à Internet e 42,5% da amostra relatava que não acedia; por fim, no ano de 2014, pode-se notar que 67,3% das pessoas utilizava Internet e apenas 32,7% relatava não utilizar este meio – sendo que 97% dos jovens de idades compreendidas entre os 15 anos e os 24 anos utilizava a Internet e apenas 3% desses mesmos jovens afirmava não utilizar, e ainda 95,2% das pessoas com idades compreendidas entre os 25 anos e os 35 anos assinalava utilizar a Internet e apenas 4,8% da amostra denotava não dar uso a este recurso (Obercom, 2014, 2015). A partir destes dados pode-se observar que este meio é então de grande importância na sociedade atual, o que favorece o interesse em conhecer as plataformas a que os estudantes universitários acedem quando estão *online*.

Sabendo que os jovens investem um número significativo de horas diárias *online*, pretende-se conhecer as tendências de uso, suas implicações no uso social do tempo e as competências infocomunicacionais que os estudantes universitários possuem e lhes permitem um uso analítico e crítico da Internet. Isto porque, apesar da aparente transparência e facilidade de uso dos serviços *online*, é necessário que os utilizadores adquiram competências infocomunicacionais que facilitem a compreensão das lógicas encriptas nos algoritmos que gerem a rede (Borges & Oliveira, 2011a).

Motivação da dissertação

Teve-se como principal motivação pessoal o interesse pelo mundo da internet, isto é, esta escolha foi influenciada pelo fato de ter crescido com o uso da internet desde a pré-adolescência. Quando houve conhecimento sobre a proposta para esta investigação, despertou interesse em juntar duas áreas de interesse, juntar uma atividade que se tem gosto, que é o uso da internet em si, e o estudo académico. Esta proposta ajudaria a compreender melhor esta ferramenta, ou seja, como influenciaria as pessoas na utilização da mesma.

Em questão de motivação académica, de acordo com Florida Tomos (2013), a Internet proporciona um leque de oportunidades e de informação relevante para várias áreas, nomeadamente as académicas, o que a implica numa considerável lista de atividades que fazem parte da vida dos estudantes universitários (Tomos et al., 2013). Torna-se, por isso, relevante entender a forma como a utilizam e como dela tiram proveito.

Assim, a questão mais pertinente deste estudo é identificar as atuais tendências de utilização da Internet, antecipando possíveis novas tendências latentes., permitindo assim uma melhor compreensão dos seus interesses, a fim de posteriormente verificar se existe uma

uniformidade das procuras, se há variação nos tópicos, consoante a área de estudo, idade, género, etc.

Os conceitos presentes são:

- Internet – considerada no seu todo e não apenas pelos serviços Web. Consideram-se também todas as formas de acesso, nomeadamente, através dos dispositivos móveis;
- Uso social do tempo – como recurso fundamental que cada indivíduo consome para as diversas tarefas ao longo do dia (de dormir, comer, namorar, estudar, jogar, comprar, etc.);
- Competências infocomunicacionais – aferem os comportamentos infocomunicacionais e respetivos processos metacognitivos que permitem um uso esclarecido e crítico dos serviços suportados pela Internet.

Questão de investigação

Considerando a problemática em estudo e os objetivos que se pretendem atingir, a principal questão de investigação é:

- Quais as tendências de utilização da Internet, pelos estudantes universitários portugueses, hoje em dia? / Which are the trends in Internet usage by college students nowadays?

Consideram-se, ainda, duas questões complementares:

- Quais as implicações dos usos da Internet no uso social do tempo por parte dos estudantes universitários? / Which are the implications of the Internet usage in the social usage of time by college students?
- Quais as competências infocomunicacionais que os estudantes universitários possuem que lhes permitam um uso analítico e crítico da Internet? / Which are the infocommunicational skills that college students have that allow them to make analytical and critical use of the Internet?

Estas questões de investigação são exequíveis uma vez que é possível proceder à recolha e tratamento da informação necessária para a realização deste trabalho, através da criação e realização de inquéritos por questionário junto da população universitária

Hipóteses

É no seguimento das questões de investigação que se sugerem os pressupostos do trabalho, possíveis de ser contestados ou validados no final da investigação. Estes pressupostos denotaram-se de importância para a escolha das estratégias de investigação e são os seguintes:

Hipótese 01: Existem diferenças nos tipos de serviços *online* utilizados pelos alunos de diferentes anos na Universidade, assim como no tempo despendido *online* e nas motivações.

Hipótese 02: As tendências na utilização da Internet pelos estudantes dos diferentes anos, tempo e motivações são semelhantes.

Hipótese 03: O tempo como recurso social é tido como curto pelos estudantes universitários. A vida social do estudante sofre alterações. (O tempo social que podia ser gasto noutras atividades, como namorar, comer, etc., é gasto *online*/vício).

Hipótese 04: A utilização da Internet não influencia o tempo social dos estudantes universitários, podendo ser integrada no tempo dos estudos, mas não interferindo no tempo social designado para outras tarefas, como comer, passear, etc. A organização da vida social não sofre influência (não desencadeia um vício significativo nos alunos).

Hipótese 05: As competências infocomunicacionais dos estudantes permitem um uso analítico e crítico da Internet.

Hipótese 06: As habilidades infocomunicacionais dos alunos universitários não permitem um uso analítico e crítico da Internet.

Hipótese 07: A Internet e seus respetivos serviços apresenta-se como um instrumento permanentemente presente nas rotinas quotidianas dos jovens universitários.

Objectivos da investigação

Esta investigação tem como objetivo principal ser um contributo atualizado de informação sobre a Internet e as tendências de uso, por parte dos estudantes universitários. No contexto português, há uma análise global dos usos e tendências para a população em geral, que tem vindo a ser realizada pelo Obercom¹. Contudo, embora haja estudos sobre os usos e representações da Internet, por parte dos jovens universitários portugueses, é relevante aprofundar o conhecimento. Por conseguinte, pretende-se:

- Conhecer os usos que os estudantes universitários fazem da Internet (serviços, finalidades, motivações para o uso, intensidade);
- Compreender a importância do uso da Internet na gestão dos usos sociais do tempo dos estudantes universitários;
- Mapear das competências infocomunicacionais dos estudantes universitários;
- Correlacionar as competências infocomunicacionais dos estudantes universitários com os usos da Internet e com a capacidade para proceder de forma analítica e crítica, no que respeita aos usos da Internet.

¹ Obercom - <http://www.obercom.pt/content/pSociedadeRede/> (consultado em: 2015-12-11)

Estrutura do Trabalho

No seguimento dos objetivos enumerados, propõe-se a estrutura do documento, enquanto planeamento organizado do documento.

Em primeiro lugar, é dado ao leitor uma amostra do que o documento, começando com um resumo e respetivas palavras-chave, para facilitar a procura da informação.

De seguida, é feita uma apresentação do documento ao leitor. É exposta a temática abordada, o problema em análise e as razões por detrás desta escolha, explicitando o problema de investigação que o investigador se depara, com menção a Florida Tomos (2013). Seguintemente são apresentados os objetivos deste estudo, sendo estes os propósitos que se pretende atingir, e as questões de investigação a serem respondidas, estas servem de guia para o cumprimento dos objetivos.

Para as perguntas de investigação, ponderou-se quais seriam as hipóteses de resposta enquanto suposições a serem confirmadas ou refutadas.

Na Introdução, é abordado o enquadramento teórico, recorrendo a uma revisão sistemática da bibliografia existente, subdividida em tópicos e subtópicos, para melhor se categorizar a informação obtida.

Nos primeiros três capítulos, é abordada a Internet, os usos e as finalidades que os estudantes universitários dão a esta ferramenta, bem como os usos sociais do tempo e, por fim, as competências infocomunicacionais dos estudantes universitários. No quarto capítulo, é apresentada a metodologia que se pretende seguir para o cumprimento da investigação, identificando o tipo de estudo, a amostra, os instrumentos, o plano de contingência, o modelo de análise e o cronograma. No quinto capítulo, é feita a apresentação dos inquéritos realizados, o estudo desenvolvido e discussão dos resultados. De seguida são apresentadas as conclusões em relação às questões da investigação, o grau de cumprimento dos objetivos inicialmente estabelecidos e as perspetivas de trabalho futuro. Por fim este documento, apresenta a bibliografia utilizada e os respetivos anexos.

Cap. 1 - A Internet e os Jovens Universitários

De acordo com o artigo “A study of the development of critical thinking skills using an innovative web 2.0 tool”, a mudança globalizada e tecnológica teve impacto no ensino dentro e fora das Universidades. Os estudantes são propícios a despendem do seu tempo para aceder e trocar informação *online* e, com este facto, um crescimento na utilização da web. A legitimidade da informação obtida através destes meios é muitas vezes questionável, embora este fator seja de grande importância obter competências de literacia informacional (Eales-Reynolds, Gillham, Grech, Clarke, & Cornell, 2012).

Ainda segundo o artigo “Comparison of the Internet usage levels amongst final year students of faculty of medicine and health colleges in Turkey: According to the gender variable” (Gürol, 2010), a Internet tem sido de grande utilidade na busca de informação em diversas áreas, tendo esta evoluído significativamente ao longo dos anos, apesar da tentativa de melhorar os seus serviços em vários países pelo mundo.

É de importância então explorar o uso dos serviços de Internet, pois o número de internautas continua a crescer globalmente todos os dias, assim como é de salientar a importância do uso da Internet como ferramenta para melhorar a eficácia de aprendizagem nos tempos correntes, como fica patente no artigo: “*The use of Internet and web technologies is important and is becoming a direct education tool for improving the effectiveness of learning*” (Gürol, 2010). Ainda de acordo com o estudo mencionado, pode-se observar que os estudantes do género feminino usam com menos frequência a Internet, mas de forma mais intensa, ou seja, permanecem um maior número de horas ligadas. Outra observação realizada incidiu sobre os estudantes utilizarem os cibercafés para aceder à Internet e para atividades de teor académico.

Tendo em conta o crescimento do número de internautas e a importância do uso da Internet como ferramenta de pesquisa, o Google assumiu notória relevância enquanto plataforma de procura de informação comum entre o público, de fácil e rápido acesso. Tornou-se então um suporte valioso para muitos estudantes, disponibilizando assim serviços como o Google Scholar, que permite a qualquer pessoa descobrir e explorar conteúdos de investigação académica, e o Google Books, que tem vindo a mudar a visão e práticas de muitas bibliotecas de Universidades. Por essa razão, o Google tem estreitado relações com as Universidades pelo mundo, como é apresentado no texto: “*Google has moved to establish, embellish, or replace many core university services such as library databases, search interfaces, and e-mail servers. Its server space and computing power opened up new avenues for academic research*” (Vaidhyathan, 2009). Este efeito de googelização do acesso à informação gera um resultado quase paradoxal, em que, por um lado, a rede alarga os horizontes de pesquisa e acesso à informação, mas, por outro, condiciona os indivíduos aos serviços de uma única entidade. Há, portanto, necessidade de compreender se o ecossistema infocomunicacional a que os

estudantes universitários acedem permite, ou não, a diversidade infocomunicacional (Borges & Oliveira, 2011b).

Entre os vários serviços que a Internet dispõe, as redes sociais têm um papel cada vez mais importante. Estas comunidades permitem às pessoas conectarem e interagirem, discutindo assuntos específicos ou simplesmente convivendo *online*. De acordo com o artigo “Online social networks: Why do students use Facebook?” (Cheung, Chiu, & Lee, 2011), o número de pessoas que aderem às redes sociais tem vindo a crescer rapidamente, aumentando consideravelmente os níveis de popularidade. Ainda de acordo com os autores, estes níveis de popularidade foram medidos pelo número de pessoas que acedem às redes sociais e pelo montante de interações por utilizador que ocorrem na rede. Por este motivo, os autores defendem que o Facebook é a plataforma que reúne as melhores condições o estudo. Acredita-se que esta rede social seja a mais utilizada pelos estudantes universitários, pelo que é importante para a comunidade académica compreender as razões por detrás do uso destas redes sociais, que impactam nas diversas formas de aprendizagem (Cheung et al., 2011).

Outra plataforma de relevância para a comunidade académica é o Twitter que, segundo o artigo “Twitter Usage Habits of Undergraduate Students” (Bicen & Cavus, 2012), é uma das plataformas mais populares, sendo que este é considerado parte rede social e parte ferramenta de microblogging. A comunicação à volta desta plataforma consiste no envio e receção de mensagens curtas de 140 caracteres. A estrutura de rede social do Twitter permite aos utilizadores seguir outros utilizadores e comunicar entre eles com mensagens curtas. Além de uma rede social, o Twitter pode ser considerado como uma rede profissional, pois permite a utilizadores com interesses em comum encontrarem-se na rede. Ainda de acordo com os autores, um dos fatores mais importantes é a comunicação acontecer em tempo real (Bicen & Cavus, 2012).

Para além destas redes sociais, é fundamental incidir sobre as redes Academia.edu e ResearchGate, compreender o seu papel e as mudanças que possivelmente criam na dinâmica académica (Ribeiro, Furtado & Oliveira, 2015). Estas redes oferecem aos investigadores e estudantes a possibilidade de publicarem e publicitarem os resultados das suas investigações, assim como a possibilidade de estes estudantes comunicarem uns com os outros e com os investigadores. Por estas razões, estas redes causam impacto em termos de comunicação académica, quer na procura de informação e partilha desta, quer na existência de uma comunidade que apoia os investigadores de forma semelhante às próprias Universidades (Bento & Oliveira, 2014). Por haver pouca investigação relativa a estas plataformas e a comunidade académica, Thelwall & Kousha (2014) pretendem explorar de que forma estas redes transformavam a comunicação entre estudantes.

Outro uso da Internet a considerar é a participação em jogos *online*. Esta componente também se torna interessante explorar por fazer parte da vida de muitos jovens universitários. Segundo o artigo “Videojogos e Desenvolvimento de Competências: Estudo sobre a Perspetiva dos Estudantes Universitários” (Nuno, Jos, & Lisboa, 2012), favorecido pelas novas tecnologias de informação e comunicação, os videojogos detêm um papel fundamental que não deve ser

desconsiderado –três quartos dos jovens jogam regularmente videojogos em diversos dispositivos e grande parte utiliza a Internet para os descarregar (Nuno et al., 2012).

Outro serviço que a Internet dispõe são as enciclopédias digitais e, entre estas, a enciclopédia que se destaca no meio académico é a Wikipédia, que tem vindo a crescer consideravelmente desde a sua criação. De acordo com o estudo “How and Why Do College Students Use Wikipedia?” (Sook, 2009), esta enciclopédia é mais popular entre os estudantes do ensino superior do que entre os estudantes do ensino secundário, apesar de haver dúvidas sobre a qualidade da informação que esta enciclopédia dispõe. Em resposta a esta preocupação, o artigo aponta a existência de outros estudos que apontam a qualidade e segurança como sendo consideravelmente boa. Contudo, apesar da existência de estudos sobre a autenticidade da informação submetida na Wikipédia, é de notar que existem muito poucos estudos empíricos sobre como os estudantes a utilizam e como estes julgam a qualidade da informação. Este estudo aponta ainda para o interesse em explorar a razão por detrás da utilização desta enciclopédia pelos estudantes universitários, apesar dos autores anónimos dos posts (Sook, 2009).

Uma plataforma também de interesse a ser explorada é o Youtube, que apoia a criação de conteúdos audiovisuais por parte dos utilizadores, a partilha destes e permite à comunidade publicar comentários em relação a estas criações. Segundo o artigo “An Examination of Undergraduate Student's Perceptions and Predilections of the Use of YouTube in the Teaching and Learning Process” (Buzzetto-More, 2014), o Youtube tem grande potencialidade para encorajar os estudantes a terem uma expressão pessoal, assim como potenciar a aprendizagem da sociedade, isto é, o Youtube apresenta-se como uma plataforma que apoia as pessoas (a sociedade) a entreajudar-se, estas pessoas então partilham conhecimento e recebem em retorno. Estes tipos de serviços estão a tornar-se cada vez mais apelativos aos internautas (Buzzetto-More, 2014).

Com o avanço das tecnologias, denotou-se um impacto na vida pessoal e profissional, nomeadamente, com o aparecimento do correio eletrónico, uma vez que este permitiu a comunicação entre indivíduos de uma forma rápida e fácil. No entanto, de acordo com o estudo “You’ve got mail!” (University of Sheffield Management School, 2015), apesar do aumento de popularidade como uma ferramenta útil de comunicação, para alguns indivíduos e empregados, pode ser visto como um meio de frustração, ansiedade e perda de produtividade. Estes indivíduos procuram priorizar o trabalho eficientemente e não serem interrompidos pelo fluxo de mensagens; quando tal não acontece, resulta em *stress*. Sendo assim, este estudo mostra uma tentativa de explorar o impacto significativo que este meio tem na atividade profissional e no meio académico, entre os estudantes universitários (University of Sheffield Management School, 2015).

Outro serviço a considerar é a utilização de dispositivos móveis pelos estudantes universitários que, de acordo com o estudo “Mobile information-seeking behavior. A comparative study” (Lee & Song, 2015), existe um crescimento notável da popularidade destes meios, que têm vindo a desafiar muitas bibliotecas a reconsiderar os seus serviços. O estudo

aponta para o uso destes dispositivos ser significativamente maior pelos estudantes universitários do que o uso pelos estudantes de outras instituições. Este artigo sugere que o número de estudantes a usar estes dispositivos como ferramenta principal para aceder a informação e realizar chamadas de voz tem vindo a aumentar. Sendo que esta adoção rápida dos dispositivos móveis é considerada um fenómeno mundial, o que leva os autores a explorar as similaridades e diferenças nos padrões de procura de informação entre diversas regiões pelos estudantes universitários (Lee & Song, 2015).

Estes serviços suportados pela Internet são importantes fatores a considerar nesta investigação, assim como o uso social do tempo pelos estudantes universitários, tema relevante para melhor se compreender os comportamentos associados às suas escolhas quando *online* e o impacto que estas têm nas vidas pessoais e académicas.

No estudo denominado “Organização do uso do tempo e valores de universitários” (Leite, Tamayo, & Günther, 2003), é apontado que, com o crescimento das tecnologias e de uma comunicação globalizada, existe um maior número de horas despendida pelas pessoas, e portanto dos estudantes universitários. É então importante saber de que forma os estudantes organizam o seu dia-a-dia de modo a que sejam cada vez mais produtivos e eficientes. Este tempo despendido para as suas atividades é considerado um recurso valioso pois é limitado para estes estudantes, pelo que guardam múltiplas tarefas para realizar. Assim, é de salientar a importância deste aspeto para melhor compreender como os estudantes incorporam as atividades realizadas *online* no seu quotidiano (Leite et al., 2003).

Por fim, este estudo não estaria completo sem explorar que competências infocomunicacionais os estudantes universitários realmente possuem e que lhes permitem analisar e julgar a informação retirada. De acordo com o estudo “Competências infocomunicacionais em ambientes digitais” (Borges & Oliveira, 2011b), é de interesse incorporar competências não só comunicacionais, mas também competências informacionais e operacionais, estas fazendo então parte de competências digitais. Os autores denotam que quem domina as competências digitais adquire grande vantagem não só no campo profissional, mas também no campo da educação, porque alcança um uso mais proveitoso dos serviços *online* à sua disposição (Borges & Oliveira, 2011a).

1.1. A pesquisa de informação

A forma como a informação é recolhida pelos estudantes universitários tem vindo a sofrer mudanças com o desenvolvimento das tecnologias. Tal como aponta o estudo “Convenience or credibility? A study of college student online research behaviors” (Biddix, Chung, & Park, 2011), a forma de recolher a informação necessária passou a ser descrita como acessível, eficiente e de confiança. Utilizando variadas fontes de informação desde a Wikipédia, uma biblioteca digital, até ao Google Scholar, os utilizadores podem recolher vários tipos de documentos científicos para investigação académica. Embora subsistam dúvidas

quanto à credibilidade de muita da informação recolhida através da Internet para fins académicos.

Este estudo aponta para a existência de outras investigações que sustentam o facto de 76% dos adultos com idades compreendidas entre os 18 anos e os 30 anos terem a Internet como fonte principal de informação para resolver problemas, ultrapassando os peritos, membros da família, agências governamentais ou bibliotecas. Este estudo considera importante a compreensão dos comportamentos que os estudantes adquirem na Universidade e lhes permitem distinguir a informação recolhida e daí favorecer a tomada de decisões futuras nas suas vidas. Segundo o mesmo estudo, muitos estudantes consideram haver um impacto positivo da Internet nas suas experiências académicas. *“Findings relevant to this study revealed 79% of college Internet users believed the Internet had a positive impact on their academic experience. More specifically, 73% of college students used the Internet for research more than the library; only 9% reported using the library more than the Internet for information searching”* (Biddix et al., 2011, p.176).

O estudo denota que um dos grandes desafios das Universidades hoje em dia é ensinar aos alunos técnicas de pesquisa que possam proporcionar a informação que necessitam, assim como técnicas para avaliar a informação obtida. O uso da Internet para fins académicos tem vindo a aumentar gradualmente, assim como a satisfação com esta ferramenta na realização de trabalhos académicos. Quanto ao processo de investigação, muitos estudantes optam por realizar os seus trabalhos académicos através da Internet devido à facilidade no acesso e pesquisa nos motores de busca, conveniência e habilidade no uso de línguas naturais, que contrariam as regras de pesquisa num espaço físico. Estas são as causas da preferência dos estudantes pelos navegadores de pesquisa em vez de bibliotecas do campus universitário. No entanto, os estudantes acreditam que as fontes que as bibliotecas proporcionam são mais credíveis, enquanto as fontes disponibilizadas pela Internet demonstram-se mais fáceis de usar. De acordo com a investigação, a Wikipédia (enciclopédia *online*) é usada maioritariamente como um primeiro passo na investigação académica por muitos estudantes, esta servindo de ajuda para melhor definir os seus tópicos. Seguindo o mesmo estudo (Biddix et al., 2011), é então importante sintetizar que os estudantes têm consciência que precisam de fontes credíveis para as suas pesquisas académicas, em muitos casos compreendem até critérios básicos para avaliar a informação, mas raramente aplicam mais de dois padrões nas suas pesquisas. Em vez disso, preferem a rapidez com que obtêm a informação pelas fontes digitais, apesar de terem conhecimento que muitas vezes esta prática conduz à procrastinação (Biddix et al., 2011).

1.1.1. Googlelização

Uma das plataformas mais utilizadas pelos internautas é o Google. Este serviço de Internet permite aos utilizadores ter fácil e rápido acesso à informação, o que torna esta ferramenta de grande utilidade não só para a comunidade geral, mas também para os

estudantes universitários. O Google tem sido um exemplo representativo entre vários motores de busca de fácil manuseamento, este sendo baseado em pesquisa de conteúdos em páginas web. Assim um dos grandes objetivos da empresa do Google era disponibilizar a informação do mundo (Brophy & Bawden, 2005).

De acordo com o jornal “The NEA 2009 Almanac of Higher Education” (www.nea.org) (Vaidhyanathan, 2009), devido à popularidade que tem vindo a crescer ao longo dos últimos anos, este serviço tem criado um laço deveras próximo com as Universidades pelo mundo. Esta plataforma tem vindo a estabelecer uma posição predominante em relação aos serviços que as Universidades oferecem, tais como as bases de dados das bibliotecas, interfaces de pesquisa e servidores de e-mail. De acordo com o estudo, o Google abriu desde cedo novas portas na área de pesquisa académica, entre elas o Google Scholar que tem permitido ao público descobrir e explorar a pesquisa académica (Vaidhyanathan, 2009). Para além da extensão do Google Scholar, o serviço ainda dispõe de outras extensões de agrado para os estudantes como o Google Books e o Google Print.

Apesar destas ferramentas serem consideradas úteis para os internautas aquando da procura de informação, por serem de acesso fácil e rápido, surge uma preocupação debatida pela comunidade académica: *“Easy access to digital information brings up concerns related to whether or not college students today put forth the effort needed or know how to find scholarly resources that measure up to the academic caliber expected for college-level research assignments”* (Denison & Montgomery, 2012, p.380).

Enquanto os motores de busca favoreceram a passagem da informação de forma rápida e eficiente, também criaram a ilusão de que esta não requeria esforço. Este facto fez surgir expectativas não realistas e até mesmo perigosas para a pesquisa académica, criando uma geração de investigadores que prefere realizar a sua pesquisa através destes meios, do que dos serviços disponibilizados por bibliotecas. Este acesso ilimitado à informação, mas desorganizado, é o que alicia mais os estudantes apesar da admiração pela organização e qualidade verificada de outras fontes. De acordo com os autores, esta forma de obter informação é suficientemente aliciante para os estudantes, o que levanta a questão de competitividade do Google com as bibliotecas universitárias (Brophy & Bawden, 2005).

Outra preocupação que a comunidade académica levanta incide sobre a forma como esta informação é organizada, isto é, a utilização do princípio de Bibliometria.:

“Whenever one person’s page “links” to another page, that person has stated quite explicitly that the linked page is worth a visit. Google’s search engine counts these “links” as votes of confidence in the quality of that page as compared to other pages that fit the basic search algorithm. Pages that themselves are heavily linked to count as more important votes of confidence, so if a highly linked to site “links” to a given page, that vote counts for more than if an obscure site “links” to it. By doing this, Google harnessed the distributed judgments of many users, with each judgment created as a by product of making his or her own site useful, to produce a highly valuable relevance and accreditation algorithm” (Vaidhyanathan, 2009, p.66,67).

Apesar da existência deste aspeto, de acordo com o estudo “The Googlization of universities” (Vaidhyanathan, 2009), os serviços comerciais de pesquisa, como o Google e o Yahoo, ainda se fazem sobressair nas estratégias de procura de informação entre os estudantes. Tendo em conta os estudos citados por Vaidhyanathan, realizados nos Estados Unidos, 45% dos inquiridos apresentavam como o principal motor de busca o Google e apenas 10% apresentavam como sendo a principal escolha o inventário das bibliotecas universitárias (Vaidhyanathan, 2009).

Segundo o estudo “Annoyance or Delight? College Students' Perspectives on Looking for Information” (Denison & Montgomery, 2012), as possíveis razões por detrás das comodidades e da falta de habilidades literárias dos estudantes, separam-se em duas perspetivas: por um lado, a visão de que os estudantes são preguiçosos, suscetíveis à procrastinação, assim como plagiários dependentes destes serviços, preferindo aceder à informação somente através da Internet; por outro lado, os estudantes são vistos como pessoas frustradas e assustadas, não tendo experiência ou treino em como aceder a informação académica eficientemente (Denison & Montgomery, 2012).

De acordo com Siva Vaidhyanathan (2009), apesar da dificuldade dos estudantes na aquisição das habilidades informacionais, acredita-se que estes apenas precisem de orientação quando obtêm ou partilham a informação. Embora as Universidades ainda não disponibilizem as ferramentas necessárias, o autor apela às instituições que apoiem esta orientação mesmo tendo os estudantes a começar a partir de materiais como a Wikipédia ou Google, uma vez que precisam de saber onde recolher a informação que necessitam e o porquê de aceder a outras fontes alternativas de conhecimento.

Apesar desta preocupação de literacia digital, Vaidhyanathan denota a inexistência de razões para acreditar que o Google retroceda no valor que detêm na vida dos estudantes. O autor aponta para a necessidade de entender o que este menu de novas informações oferece aos estudantes e ao público, assim como a importância de organizar uma investigação conducente a estratégias mais efetivas em prol da harmonia entre estudantes e docentes na procura de informação (Vaidhyanathan, 2009).

No estudo “Annoyance or Delight? College Students' Perspectives on Looking for Information” (Denison & Montgomery, 2012), foi utilizado o “design” de pesquisa metodológica Q, esta apoia a subjetividade de uma maneira que tenha em consideração o ponto de vista de cada pessoa em vez de confundir ou comprometer, ou denegrir com outros pontos de vista em seu torno, isto é, tendo em consideração o ponto de vista (sentimentos e pensamentos) de cada pessoa. Esta metodologia tem o intuito de analisar as perspetivas pessoais e subjetivas dos estudantes universitários, em relação à procura de informação e o processo de recuperação da informação que estes utilizam.

De acordo com os resultados, denotou-se que estudar a perceção dos estudantes universitários sobre a usabilidade de recursos da tecnologia digital também pode fornecer uma melhor compreensão de quais os serviços de apoio precisam ser implementados para ajudar os alunos a serem bem-sucedidos (Denison & Montgomery, 2012).

Segundo os resultados de “Is Google enough? Comparison of an Internet search engine with academic library resources” (Brophy & Bawden, 2005), estas são as vantagens e desvantagens da utilização das duas fontes:

Google

- Existe uma alta proporção de documentos relevantes recuperados;
- Tem a capacidade de recuperar um conjunto bastante preciso de documentos;
- Há uma alta proporção de resultados adequados ou de boa qualidade;
- Permite uma elevada proporção de documentos originais, e não apresenta problemas com a acessibilidade.

Bancos de dados das bibliotecas

- Existe uma proporção moderada de documentos relevantes recuperados;
- Tem a capacidade de recuperar um conjunto bastante preciso de documentos;
- Há uma elevada percentagem de resultados de boa qualidade;
- Permite uma elevada proporção de documentos originais, mas apresenta alguns problemas na acessibilidade.

Os principais fatores discriminantes parecem ser os de qualidade (favorecendo sistemas de bibliotecas) e de acessibilidade (favorecendo o Google). A acessibilidade é, portanto, provável (com ou sem razão) de ser favorecida em detrimento da qualidade como determinante da escolha por parte dos estudantes. A falta de abrangência na recuperação é improvável que seja um forte motivador para estes usuários utilizarem quaisquer sistemas de recuperação para além de um motor de busca na Internet. Também não é a perspectiva de iniciarem a formação extra para fazer melhor uso dos bancos de dados biblioteca, suscetíveis de serem apelativos, quando isso não é útil para o Google. Pode ser que, a médio prazo, essas questões desapareçam, tendo o Google adquirindo mais conteúdo “académico”, e tendo interfaces dos sistemas de biblioteca assumirem o “look-and-feel” dos motores de busca. Com efeito, os sistemas tendem a fundir-se, esperando encapsular as melhores características de ambos (Brophy & Bawden, 2005).

Finalmente, de acordo com o estudo “The Googlization of universities” (Vaidhyanathan, 2009), a história da relação entre o Google e as Universidades não se distingue muito da tragédia do Rei Édipo, de Sófocles –. o Google, desde o seu nascimento, transbordando de orgulho, foi seduzindo as almas académicas. Por último o autor remete a este desfecho porque, se o Google é a lente através da qual vemos o mundo, todos nós podemos ser amaldiçoados a vagar pela Terra, cegos pela ambição (Vaidhyanathan, 2009).

Outra opinião a se ter em conta é contida no estudo “Dialectic of Google” (Miconi, 2014), este defende que um problema a ser considerado é o poder do Google, isto é, defende que este poder não se relaciona com o “censorship” mas com estratégias como a grande “firewall” que trabalha nos bastidores, uma tendenciosa representação da realidade proposta por uma agência que, de acordo com este estudo, finge ser neutra apesar de na realidade não o ser. Esta pesquisa é baseada na análise crítica do poder do Google, este poder que se divide em duas partes distintas: o objeto em si no quotidiano, isto é, como o poder do Google influencia

no dia-a-dia; e considerar este poder como um dispositivo cujas regras técnicas sejam dificilmente compreendidas, tal como é comum no campo limitado de estudos acerca de plataformas ou *softwares*. A consciência deste problema, no entanto, é quase inexistente: *“Furthermore, awareness of this problem is nearly non-existent because of the perception of Google as a neutral and user-friendly (or even friendly) interface, and even as a beautiful, free of charge tool, likely to enable people to look for almost everything they want. But what is the secret of Google’s success, information for information’s sake, or something more complicated?”* (Miconi, 2014, p.32).

De acordo com o estudo, 68% dos utilizadores consideram os navegadores de pesquisa “fontes de informação não tendenciosas” e 62% destes utilizadores não são capazes de distinguir entre “resultados pagos e não pagos”, isto é, as pessoas tendem a confiar mais nos navegadores de pesquisa e menos nos média tradicionais, levando então ao Google uma força ou poder particular. Outra questão que é estudada é se este problema reside especialmente no programa do Google ou se reside nos utilizadores, na atitude de preguiça com que encaram a plataforma, por exemplo, quando muitos só utilizam uma palavra-chave e raramente utilizam três ou mais palavras-chave para procurar o que desejam nos navegadores, procedendo desta forma para reduzir a complexidade e limitar a si próprios o esforço cognitivo. Assim, grande parte dos utilizadores não dedica mais de cinco minutos numa pesquisa, e tem tendência a seleccionar apenas as ferramentas básicas, tal como tem tendência a verificar só os primeiros dez resultados. Estes dados sugerem que, muitas vezes, as pessoas não veem razões para desafiar os navegadores de pesquisa ou para questionar a sua fiabilidade e transparência, o que torna o problema mais evidente se se considerar que as pessoas limitam o seu consumo a um só navegador de pesquisa. A autora descreve o padrão social relacionado com o Google, defendendo que este providencia aos utilizadores maior quantidade e completos de resultados em relação aos seus concorrentes, assim como muitas pessoas referem que preferem este engenho a outros por causa da sua precisão e qualidade geral. Segundo este estudo, uma das possíveis causas de o Google ser escolhido muitas vezes como página padrão em “browsers” populares é o facto de muitos destes terem contribuído para a sua adoção universal, ou mesmo a consolidação da sua liderança.

Desta forma, torna-se difícil distinguir fatores técnicos de fatores sociais quando se trata de analisar as suas consequências nas práticas do quotidiano, então dá-se por definição que um padrão social pode se ter como uma forma de hábito.

O estudo também aponta as estratégias usadas pelo Google para proporcionar os resultados aos utilizadores, sendo que o PageRank é a estratégia principal e por seguinte o uso de *cookies*, ambas usadas para filtrar a informação.

Por fim, a autora aponta que é reproduzida uma certa tensão nas duas forças atrás do Google, ou seja, esta tensão existe entre a individualização e a padronização de qualquer sistema social, enquanto ao mesmo tempo este movimenta para um nível evolutivo. *“Put in different terms: cookies collect data in a cultural ecosystem where, for good or for bad, such things as violence, pornography, multiple names, anonymity (in a word, dissonance) have been*

banned. In this context, the individual is a consumer, tracked with any move he or she makes, and living in a digital market where there is no room for conflict “ (Miconi, 2014, p.39).

De acordo com o artigo “Google Scholar and Academic Libraries: An Update” (Hartman & Mullen, 2008), o Google Scholar teve impacto na procura de informação na web, o seu potencial foi avaliado e analisado por múltiplas bibliotecas pelo mundo como uma fonte extra de informação.

Este tornou-se um produto interessante para as bibliotecas universitárias, sendo que não se enquadra como fonte numa categoria específica nas bibliotecas de hoje. Este produto pode ser utilizado tanto como um motor de busca, como uma ferramenta para análise de informação, como um portal para aceder a materiais na web e repositórios, pode ser uma conexão a subscrições nos jornais e coleções de livros, assim como uma alternativa apropriada a ter conhecimento de bases de dados ou de produtos comerciais de pesquisa.

Segundo o artigo, nos últimos anos as bibliotecas universitárias têm-se adaptado e aceitado os serviços que a Internet oferece e as fontes de informação para todos os tipos de aplicações, visto ser um serviço cada vez mais utilizado e de valor para muitos estudantes. *“Google Scholar was able to provide a familiar starting place to researchers, and became even more valuable by its ability to connect affiliated library users to available subscribed content through use of local link resolvers” (Hartman & Mullen, 2008, p.3).*

Os objetivos do estudo foram compreender o papel do Google Scholar nas associações de bibliotecas de investigação (ARL), isto é, investigar de que forma o serviço é apresentado ou divulgado nestes lugares. Se o serviço do Google é mencionado nas páginas principais na web das Associações, se é mencionado ou mostrado em catálogos relacionados, se é mencionado nas bases de dados e em que categorias se insere, e se é mencionado nas páginas de motores de busca ou ferramentas de pesquisa (como o Google, Yahoo, researchgate, etc), assim como investigar sobre de que forma o Google Scholar era acessado nas instituições de ensino, sendo que toda esta investigação teve como amostra 113 bibliotecas universitárias.

1.1.2. Wikipédia

A popularidade da plataforma Wikipédia dentro da comunidade académica tem vindo a crescer desde a sua criação, sendo que, de acordo com o estudo, esta enciclopédia se denomina mais popular entre as pessoas instruídas e estudantes universitários do que propriamente entre os estudantes do ensino secundário.

Ao mesmo tempo, tem levantado preocupações em relação à qualidade de informação, pelo que, em resposta a estas preocupações, alguns investigadores têm mostrado evidências, apontando que a qualidade e confiabilidade da informação produzida nessa enciclopédia na verdade se apresenta razoavelmente boa (Sook, 2009).

Assim como aponta o estudo “How today's college students use Wikipedia for course-related research”, sendo a enciclopédia gerada por várias fontes, muitos dos assuntos

discutidos acerca desta se detêm na confiança da informação, na sua plenitude, na sua precisão, rigor intelectual e por consequente se os estudantes a devem ou não usar para trabalhos de teor académico (J.Head & B. Eisenberg, 2010). No entanto, pouca informação é disponibilizada sobre o como e o porquê de os estudantes de hoje usarem esta enciclopédia durante o processo de pesquisa académica, tal como aponta o estudo “How and Why Do College Students Use Wikipedia?” existem poucas investigações de teor empírico sobre como os estudantes tiram partido da Wikipédia, como estes percebem a sua qualidade de informação, como conseguem saber se a informação que retiram é de boa ou má qualidade, assim como o porquê de usarem esta enciclopédia apesar dos diversos autores anónimos da mesma (Sook, 2009).

Tendo como objetivo do estudo, apresentado por Alison Head e Michael Eisenberg, explorar com que frequência os estudantes universitários utilizam a Wikipédia, o que os motiva a usá-la, em quais estágios da pesquisa se apoiam, de que forma a Wikipédia é usada em cruzamento com outras fontes de informação e quais os tipos de estudantes mais ou menos propícios para a usar, os autores recorreram a um *focus group* e a um questionário para recolher os dados necessários. Os resultados apresentados pelo estudo foram:

- Havia maior número de estudantes que usavam a Wikipédia do que aqueles que não usavam, ou seja, esta era usada como aditivo a outras fontes de informação no início do processo de investigação;

- Existem várias razões na utilização da Wikipédia, sendo que esta não só providencia aos estudantes resumos sobre um tópico, como também o significado de termos relacionados serve de apoio para os estudantes começarem as suas investigações e oferece uma interface usável;

- Os estudantes especializados em arquitetura, engenharias ou ciências são os mais prováveis de a utilizarem;

- Os inquiridos que usam o Google têm maior probabilidade de usar a Wikipédia para pesquisa académica do que os inquiridos que não usam o Google;

- Os estudantes que frequentam o campus por dois anos têm menos probabilidade de usar a Wikipédia do que os estudantes que frequentam há quatro anos o campus;

- Os estudantes que consultam bibliotecários têm menos probabilidade de usar a Wikipédia do que aqueles que não consultam.

Baseados nestes resultados, os autores tiram como conclusão que existe uma combinação entre cobertura, moeda, compreensão e conveniência no que toca ao uso da Wikipédia, assim como no mundo atual a credibilidade é cada vez menos dada ou a expectativa dos estudantes cada vez menor.

No geral, os estudantes usam a Wikipédia, mas com consciência de que existem limitações, isto é, utilizam-na pela mesma razão de outras pessoas, pelo facto de ser uma maneira rápida para começar e disponibilizar alguma credibilidade (J.Head & B. Eisenberg, 2010).

Segundo o estudo “How and Why Do College Students Use Wikipedia?” (Sook, 2009), o objetivo reteve-se em explorar as percepções dos estudantes, o uso da Wikipédia, as motivações por detrás do uso e perceber o comportamento informacional dos estudantes acerca da enciclopédia em linha. Recorrendo a um questionário disponibilizado na web para recolher os dados necessários, o estudo teve como resultados e conclusão que todos os inquiridos a usavam, sendo que a maioria a consultava para encontrar informação de fundo; os estudantes tendem a não ter expectativa de encontrar a melhor informação, mostrando que a suficiência da Wikipédia satisfaz as necessidades dos utilizadores. Os estudantes tendem a ter experiências positivas no passado com a Wikipédia, mas não guardam as melhores percepções em relação à qualidade de informação. Em vez disso, os estudantes têm níveis de percepção moderados em termos de qualidade e confiança na avaliação da qualidade de informação. De acordo com as experiências passadas, o seu estado emocional no uso da Wikipédia, a tendência para acreditar na informação desconhecida, a facilidade no uso da informação, assim como, a conveniência e a plenitude de uso, foram relatadas como positivas em relação às expectativas do uso da Wikipédia.

Outro aspeto que o autor retirou dos resultados foi o facto de, apesar de os estudantes não usarem a Wikipédia de forma desorientada e tenderem a ser cuidadosos, não apresentavam grandes evidências de esforços especiais para verificar a precisão da informação obtida. Por fim, o autor sugere que os educadores, professores e bibliotecários precisam providenciar orientações para o uso da Wikipédia e não proibir o uso desta (Sook, 2009).

1.2. As redes sociais online

Os dias de hoje estão em constante mudança, sendo a tecnologia o principal veículo de evolução. A sociedade e os seus ideais, os costumes e a cultura derivante vai-se adaptando e moldando a realidade em que nos encontramos. A tecnologia, sendo a principal fonte de conhecimento, contribuindo para a socialização e ainda a educação, ganhou um papel importantíssimo na globalização dos costumes, estando a criar uma sociedade cada vez mais homogénea. Existe assim uma necessidade de uma unicidade num mundo em que a norma está cada vez mais uma constante.

As redes sociais tornaram-se o veículo principal de socialização, da criação de identidade e também da homogeneização cultural do indivíduo académico. Estando tudo à distância de um clique, tudo se torna mais rápido, mais fácil e cómodo, sendo que este facto contribui para a popularidade das redes sociais. Assim como a criação de uma identidade pessoal e de uma página pessoal, o que cria no indivíduo a ideia de se poder destacar nesta sociedade homogénea, impelindo a uma necessidade de autoproclamarão e de autoglorificação. Esta necessidade de autoproclamarão e autoglorificação está cada vez mais presente na nossa sociedade, sendo a tecnologia e essencialmente as redes sociais, o meio mais utilizado para estas questões de ordem psicológica, social e académica.

A manutenção da reputação numa rede social é da responsabilidade de cada pessoa e dos seus interesses. Segundo “Redes Sociais para Cientistas”, podemos confirmar que é evidente que esta reputação começa fora desta e, por isso, é crucial que o académico se preocupe com as suas atividades na vida real, sendo estas necessárias para construir a sua imagem enquanto membro de uma comunidade académica (Sanchez, Granado, & Antunes, 2014). Por esse motivo, existe uma necessidade de nos debruçarmos sobre este assunto de cariz urgente numa sociedade em constante evolução, tanto em termos culturais como em termos académicos.

Segundo “Academia.edu: Social Network or Academic Network?” (Thelwall & Kousha, 2013), a rede social pública mais utilizada, atualmente, pelos jovens académicos é o Facebook, sendo que, na generalidade, estes sites foram explorados com sucesso por estudiosos para variados tipos de comunicação. O Facebook inicialmente foi desenhado para estudantes antes de permitir qualquer pessoa de criar um perfil (Thelwall & Kousha, 2013). Este também é usado para divulgação de informação entre e para estudantes, incluindo partilhas no mural e comunicação por mensagens curtas. Outra rede social a considerar para interesse público é o Twitter que também é utilizado por estudantes, mas para uso recreacional, sendo este focado na disseminação de informação por meio de frases escritas no próprio perfil.

O Facebook é das maiores redes sociais na Internet, sendo o segundo *website* mais visitado pela Internet, apenas ultrapassado pelo Google. Desde muito cedo que as instituições científicas e as Universidades perceberam a importância de uma rede social desta dimensão para a amplificação das suas mensagens (Sanchez et al., 2014). Por esta razão, muitas instituições criaram grupos para gerir as suas redes sociais, colocando *online* informações acerca das atividades desenvolvidas, podendo responder a questões acerca de temas académicos e fomentar discussões sobre os mesmos.

Apesar da existência destas redes sociais públicas, sentiu-se uma necessidade de criar *websites* destinados a informação académica e científica, maioritariamente utilizada por indivíduos relacionados com a comunidade académica e investigadores, como a Academia.edu e o ResearchGate, que permitem ao utilizador publicar questões sobre determinado tema, responder a questões colocadas por terceiros, publicar a investigação pessoal, partilhar a sua investigação e comentar outras investigações disponibilizadas à comunidade que ali se insere (Megwalu, 2015).

Enquanto os *websites* de partilha de referências como o Mendeley se focam nos leitores, ajudando a partilhar e a encontrar referências relevantes para os seus trabalhos, estas redes sociais académicas tornam o seu interesse nos produtores de investigação. Sendo uma das diferenças na Academia.edu os utilizadores poderem publicar as suas publicações, enquanto os usuários do Mendeley poderem partilhar os seus trabalhos na seção de Biblioteca Pessoal. O *researchgate* apresenta aspetos semelhantes, mas aparenta ter como público-alvo comunidades específicas de utilizadores, para além dos indivíduos académicos, assim como enfoca nas discussões. Estes sistemas de informação são usados amplamente em alguns países e focam-se em providenciar informação precisa e atualizada. De acordo com o estudo

“Academia.edu: Social Network or Academic Network?” (Thelwall & Kousha, 2013), existem diferenças no uso destas redes sociais tanto em termos de áreas como de tipos de utilizadores. São os investigadores na área de filosofia e antropologia aqueles com mais atividade notada na rede social Academia.edu, assim como as faculdades embora estas apresentem mais documentos em áreas diversas. De acordo com as estatísticas apresentadas por este estudo, é sugerido que esta plataforma académica tenha tendência a ser mais usada por estudantes nas áreas das ciências sociais e das humanidades.

Esta rede social, a Academia.edu, desempenha um papel notável na comunicação académica pela razão de que disponibiliza aos utilizadores a possibilidade de recarregar pré-impressões e outros documentos para os seus perfis. Embora a Academia.edu seja citada menos de um terço que o Facebook, excluindo citações em páginas principais, o seu conteúdo é citado um maior número de vezes que outros *websites* do mesmo cariz académico. Existe também, de acordo com o mesmo estudo, uma relação entre o género e a utilização destas redes sociais, sendo que as mulheres se apresentam como utilizadores mais comuns do que os homens (Thelwall & Kousha, 2013).

Outro assunto muito debatido na comunidade académica é a literacia digital, isto é, a capacidade de usar as redes sociais ou fontes de informação e retirar o melhor partido da destas. De acordo com o estudo “‘I link, therefore I am’: Network literacy as a core digital literacy” (Pegrum, 2010), em paralelo com esta literacia digital, a literacia relacionada às redes envolve aprendizagem sobre as redes e a partir delas, isto é, estes processos apoiam o balanço entre a identidade pessoal e as conexões sociais. Estes processos ajudam o indivíduo a preparar-se para o emprego e comunidades que operam nestas redes digitais, assim como a desenvolver uma cidadania onde os membros utilizam estas redes digitais para empreender em assuntos locais, nacionais e globais. O estudo aponta que os estudantes têm que ganhar conhecimento do poder destas redes sociais, não só em termos de como usá-las para completar uma tarefa, mas também o poder destas na identidade pessoal. Outro assunto associado à identidade pessoal do indivíduo é a questão da segurança digital e privacidade digital: *“Naturally, students must also learn about the risks of the networked era. A dual emphasis on digital safety and digital privacy will help them appreciate the threats – from other individuals, companies or governments – which can impact their online identities, their offline lives, or both. It is important for both educators and students to be aware of how the Internet functions as a networked communication commons”* (Pegrum, 2010, p.350), que numa era de informação abundante e atenção escassa, assenta na reputação.

Vivendo num mundo cada vez mais habituado a utilizar as novas tecnologias, é imensamente importante a criação de uma página pessoal para qualquer pessoa, inclusive de qualquer estudante académico. Esta criação favoreça a possibilidade de ser contactável por terceiros, a construção de uma identidade própria, a organização da informação pessoal, evitar qualquer tipo de confusão ou problema e divulgar e expandir a sua marca.

Estas questões também trazem alguns dilemas, como a sobre-exposição do individual e do coletivo a questões que poderão trazer problemas aos mesmos, como a diluição entre o privado e o público.

Sendo a tecnologia o meio com mais impacto nas nossas vidas, podemos aferir que a constante evolução deste criará a necessidade de adaptação por parte dos utilizadores, que terão de acompanhar todo este crescimento se quiserem continuar a poder partilhar e expandir o seu círculo de cultura e conhecimento, e principalmente poder mostrar o trabalho como académicos, e deixar a sua marca e individualidade como seres pertencentes a um mundo social, global e cultural.

1.2.1. Facebook e Twitter

Facebook

A web 2.0 favoreceu o desenvolvimento de diversos serviços que ocuparam a vida *online* da comunidade – as redes sociais hoje em dia guardam um papel de relevância não só na vida social dos estudantes, mas também na sua vida académica.

Estas redes sociais permitem aos internautas conectarem e interagirem entre si, seja comunicando sobre um determinado assunto ou simplesmente convivendo *online*. Tendo o número de utilizadores crescido exponencialmente, por consequência a popularidade das redes sociais também aumentou. Sendo o objetivo principal destas redes existir conexões e interações sociais é considerado o uso destas uma ação social coletiva (Cheung et al., 2011).

Considerando estas características, o Facebook tornou-se uma das redes sociais mais populares dos dias de hoje, encarado como um dos *websites* mais usados para partilha social de informação, este atingiu mais de 750 milhões de utilizadores ativos. Rapidamente se tornou uma das ferramentas de comunicação social mais populares, servindo de meio para indivíduos partilharem experiências diárias com amigos e família. Havendo diversas formas de comunicação entre utilizadores, tais como as mensagens instantâneas e a função de publicação em “murais” – esta função de “mural” consiste em um espaço no perfil do utilizador, semelhante a um quadro de notificações ou a um fórum público, onde estes podem publicar mensagens curtas, adicionar fotos e partilhar informação sobre música ou clipes de vídeo (Bicen & Cavus, 2011).

É, portanto, essencial compreender as razões por detrás do uso desta plataforma para a comunidade académica, pois esta retém um impacto importante na motivação dos estudantes no processo de aprendizagem, no clima académico e criação de capital social. Segundo o estudo “Online social networks: Why do students use?” (Cheung et al., 2011), é relevante definir o termo *We-Intention* e explicar os conceitos em torno da teoria de influência social, a teoria de presença social e o paradigma em volta dos usos e gratificações.

Sendo então a expressão *We-intention* definida como um compromisso de um indivíduo para se envolver em ação conjunta, ou envolvimento em um acordo implícito ou explícito entre os participantes no objetivo de se engajarem nessa ação conjunta. O autor também refere o conceito por detrás da teoria de influência social, caracterizando-a como aquela que determina

as mudanças de atitudes e ações produzidas pela influência social, podendo estas ocorrer em diferentes níveis. Sendo que estes diferentes níveis correspondem a diferenças no processo pelo qual os indivíduos aceitam a influência. Outro conceito referido no estudo é o paradigma de usos e gratificação que é definido como um paradigma de usos dos “media”, utilizado pelas pesquisas de comunicação em massa, que incide sobre o uso individual e escolha dos média. Sendo o principal objetivo deste paradigma explicar as razões pelas quais as pessoas escolhem um meio específico em vez dos média de comunicação alternativos, assim como para elucidar as necessidades psicológicas que motivam a usar um meio em particular. Por último, um conceito a que o autor dá relevância é a teoria da presença social que consiste em o grau de relevância de um indivíduo na interação e na consequente importância das relações interpessoais. Todos estes fatores foram adotados para explicar o porquê do uso do Facebook pelos estudantes, de acordo com os resultados do estudo, a presença social tem o maior impacto sobre a *We-intention* de usar o Facebook, suportando o facto de que a maioria das pessoas usam o Facebook de modo a obter a comunicação instantânea e conexão com seus amigos. As normas do grupo também têm uma influência significativa sobre a *We-Intention* de usar o Facebook. No entanto, a identidade social não tem qualquer relação significativa com a *We-intention*. Entre os cinco valores, os fatores sociais relacionados e os valores de entretenimento demonstram-se significativos. Concluindo assim que os fatores sociais são mais importantes na determinação da ação social intencionada (Cheung et al., 2011).

Quanto ao estudo “Social network sites usage habits of undergraduate students: case study of Facebook” (Bicen & Cavus, 2011), o objetivo consistia em investigar o uso do Facebook pelos estudantes e as ferramentas que estes preferiam. Recorrendo a um questionário *online*, os investigadores concluíram, após análise com o SPSS, que 29% dos participantes usam o Facebook em casa, 22% deles usam o Facebook através dos telemóveis, 20% deles conectam-se no Café ou Restaurante, 17% deles acedem na Universidade, 7% deles, no CiberCafé, 5%, no local de trabalho. Se acordo com os autores, o Facebook, em 2011, anunciou que existiam mais de 250 milhões de usuários ativos que acediam ao Facebook pelos seus dispositivos móveis.

Outros dados analisados pelo estudo incluem o número de horas por dia que os estudantes despendiam para usar o Facebook, onde mais de 32% da amostra afirmava que usufruía do serviço por mais de 4h diárias, dados que tenderão a aumentar consideravelmente ao longo dos anos. Quanto às ferramentas preferidas pelos estudantes, o estudo indica que as relacionadas com a comunicação são as mais utilizadas, ou seja, os estudantes guardam maior preferência pelas mensagens, o *instant chat*, os amigos, os *links*, as notícias e as fotografias. Como conclusão, a partir destes valores, o estudo indica que os estudantes melhoram as suas capacidades de conhecimento e comunicação, recorrendo à partilha de fotografias, ligações (*links*) que gostam e notícias com amigos. Este estudo, por fim, apela à integração desta rede social na educação e ensino, visto esta fazer parte da vida dos estudantes. O estudo reforça ainda a ideia de que o Facebook mantém e fortalece os laços sociais dos indivíduos, o que pode ser benéfico tanto em contexto social como académico (Bicen & Cavus, 2011).

Twitter

O Twitter é uma multiplataforma da web 2.0 considerada parte rede social e parte ferramenta de *microblogging* completamente acessível na *web*. Um *microblog* pode ser considerado um *weblog*, contudo estes têm a particularidade de possuir uma estrutura de rede social mais pronunciada. Mesmo existindo outras ferramentas de *microblogs*, o Twitter revelou-se uma das mais populares, por permitir a indivíduos seguir outros usuários e comunicar entre eles através de mensagens curtas (Bicen & Cavus, 2012). O Twitter permite aos utilizadores realizar um leque de atividades, incluindo atualizar informação pessoal, postar (*tweeting*) informação pública ou privada, seguir outros usuários, partilhar outros *tweets*, publicar fotografias e postar URL's.

De acordo com o estudo “‘To tweet or not to tweet?’ A comparison of academics’ and students’ usage of Twitter in academic contexts” (Knight & Kaye, 2014), é estimado que 80% dos utilizadores do Twitter acedam à conta por um dispositivo móvel, adicionalmente denota que 40% destes utilizadores usa este serviço apenas para verificar notícias sobre os seus interesses e não publicam (*tweet*) conteúdo. É, portanto, seguro dizer que uma importância significativa de uso de médias sociais é passivo, estes usuários mostram-se apenas consumidores/seguidores e não contribuidores da informação (Knight & Kaye, 2014).

Tendo em conta a estrutura e as características do Twitter, o uso desta ferramenta na educação é interessante para investigação futura. Sendo importante apoiar o ambiente de educação através das tecnologias, é relevante investigar sobre este uso para a comunidade académica (Bicen & Cavus, 2012).

Ainda de acordo com “‘To tweet or not to tweet?’ A comparison of academics’ and students’ usage of Twitter in academic contexts” (Knight & Kaye, 2014), as diferentes formas de uso do Twitter como uma rede social é digno de investigação na área académica. Embora não seja clara ainda a perceção da quantidade de uso que os estudantes dão ao Twitter academicamente, isto é, qual o nível de atividade dos estudantes.

Portanto torna-se importante compreender a forma pela qual os alunos usam as redes sociais, como o Twitter, nos seus estudos, e de que forma estas podem facilitar a relação com a educação (Knight & Kaye, 2014).

Por conseguinte, o objetivo dos estudos seria explorar os hábitos de uso do Twitter pelos estudantes de forma generalizada assim como académica e quais as suas funções de eleição, recorrendo a um questionário *online*.

Segundo o estudo “Twitter Usage Habits of Undergraduate Students” (Bicen & Cavus, 2012), os resultados apresentados demonstraram que a maioria dos participantes acediam ao Twitter pelos telemóveis, sem qualquer lugar ou tempo especificado para tal. Quanto ao número de horas despendidas no Twitter, concluiu-se que 40% da amostra usava o Twitter por mais de 4h diárias e que, quanto às ferramentas de eleição dos estudantes, estes preferiam as ferramentas alusivas ao entretenimento, ou seja, citações, fotografias, vídeos, música e

outras. Por fim, o artigo aponta que este pode ser considerado um bom estudo preliminar sobre os hábitos de uso do Twitter pelos estudantes, para fins académicos (Bicen & Cavus, 2012).

Já o estudo “‘To tweet or not to tweet?’ A comparison of academics’ and students’ usage of Twitter in academic contexts” (Knight & Kaye, 2014) aponta que a maior parte dos estudantes faz uso do Twitter de uma forma passiva, isto é, a principal atividade realizada é a procura de informação (notícias) e só depois a partilha de informação. Outro aspeto denotado é o facto de haver maior probabilidade de os estudantes publicarem informações pessoais a académicas. Ainda de acordo com o estudo, as atividades no Twitter relativas a fins académicos que os estudantes preferem são a possibilidade de contacto com tutores específicos, e a segunda atividade preferida é simplesmente publicar e responder a perguntas sobre uma aula ou qualquer tema específico relacionado com o curso. Com estes resultados os autores referem que é possível dizer que os estudantes podem ter uma visão do Twitter como um espaço à parte ou paralelo de comunicação com os professores/ tutores.

Ainda segundo o estudo, o Twitter releva-se mais adequado como um suporte externo académico “fora de horas” do que propriamente uma ferramenta de ensino dentro das sessões programadas (Knight & Kaye, 2014) .

1.2.2. Academia.edu e ResearchGate

Cada vez mais a comunidade demonstra-se interessada nas redes sociais de vertente académica, utilizando-as para diversos propósitos e criando assim padrões de comportamento entre os estudantes (Almoussa, 2011).

Os *websites* com o intuito de redes sociais para fins académicos, como o Academia.edu e o Researchgate, permitem aos utilizadores criarem um perfil conectarem entre si e partilharem informação sobre as suas publicações. É possível dizer que estes *websites* estão a obter um nível de impacto significativo nos padrões informais de comunicação académica, tanto em termos de procura de informação, como em termos de existência de Universidades invisíveis na área das ciências. Por estas razões é importante compreender estas redes sociais para fins académicos, de modo a que as Universidades atuais possam adaptar-se e, se necessário, adotar novas tecnologias (Thelwall & Kousha, 2014).

O objetivo do estudo “Users’ classification and usage-pattern identification in academic social networks” (Almoussa, 2011) assentou na exploração dos padrões de uso das redes sociais académicas, por diferentes grupos de utilizadores da comunidade académica. O autor remete para a importância do estudo, devido à falta de investigações sobre o tema, especialmente considerando diferentes tipos de utilizadores e padrões de uso (Almoussa, 2011).

Apoiado pelo estudo “Academia.edu: Social Network or Academic Network?” (Thelwall & Kousha, 2014), este refere que existe pouca informação relativa a estas redes sociais e praticamente nenhum estudo anterior relativo a como a Academia.edu poderia mudar a comunicação académica. *“Reference-sharing services have been investigated to some extent but mainly for the facilities that they offer rather than for the implications of their use”* (Thelwall &

Kousha, 2014, p.721), como refere o estudo, o que mais tem sido investigado não foram propriamente as implicações do uso destas redes, mas sim as facilidades que estas oferecem. Em contraste tem havido investigação sobre a construção de métricas através das redes sociais para fins académicos e até mesmo sobre contagem de *tweets* para determinar o impacto de certos artigos.

O estudo foca-se na rede social académica Academia.edu, providenciando alguma informação base descritiva e métodos para a investigar, isto é, investigar se as estatísticas de popularidade estão associadas com o impacto académico e como podem ser úteis para a estimativa académica. Este aponta que, enquanto *websites* como o Mendeley se focam nos leitores, ajudando-os a partilhar e a encontrar referências relevantes para os seus trabalhos, os sites de Academia.edu e o ResearchGate focam-se nos produtores de pesquisa. Ou seja, uma das diferenças entre o Mendeley e estas redes sociais é que os utilizadores da Academia.edu podem publicar os seus próprios trabalhos enquanto os usuários do Mendeley podem partilhar os trabalhos de outrem na secção de Minha Biblioteca. No entanto o *research* embora partilhasse similaridades com o Academia.edu, este destinava-se a comunidades específicas de usuários para além dos indivíduos académicos. Ainda de acordo com o estudo, a rede social Academia.edu mantém um papel importante na comunicação formal académica pela razão de os autores poderem publicar pré-impressões e outros documentos para os seus perfis. Apesar de esta rede social ser citada menos de um terço das vezes que o Facebook, excluindo as citações para as páginas gerais, os seus conteúdos são citados mais vezes do que outros *websites* de especialização académica.

O estudo também aponta que o género também interpreta um papel relevante aquando da utilização das redes sociais, denotando-se uma diferença significativa entre as redes sociais comuns e as para fins académicos, nas quais as mulheres preferiam usar as redes sociais comuns mais do que as redes sociais académicas e posteriormente mudaram as suas preferências para as redes sociais académicas.

O objetivo desta investigação pretende aferir se a rede Academia.edu é essencialmente utilizada como rede social comum, no caso dos jovens; de que forma os usuários dos diferentes géneros interagem com a rede social e como fazem para aumentar a sua popularidade. Recorrendo ao próprio *website* para recolher os dados, os autores concluíram que esta rede social é associada mais ao ambiente académico do que propriamente associada à típica rede social comum. Os resultados também apontam que a popularidade ou atividade de um usuário não se associa a quantas visualizações de perfil os usuários seniores tenham atraído. *“The philosophy results are consistent with Academia.edu reflecting scholarly norms rather than those of general social network sites in the sense that younger members do not probably be more active or more popular because more senior members attracted more profile views”* (Thelwall & Kousha, 2014, p.729). Similarmente concluiu-se que os usuários do sexo feminino são proporcionais aos do sexo masculino, em relação à atividade na rede social.

Ainda se concluiu que o uso ativo do *website* para publicar conteúdo parece ser eficiente em gerar interesses, embora não seja claro se estes interesses sejam traduzidos em

recompensas académicas. Por fim, o estudo concluiu que a estrutura desta rede pode ser uma fonte valiosa para explorar aspetos sobre a comunicação informacional académica, especialmente se estas redes revolucionarem a investigação tanto quanto a Internet (Thelwall & Kousha, 2014).

Recorrendo à recolha e análise dos dados através do *website* Academia.edu, o estudo “Users' classification and usage-pattern identification in academic social networks” (Almoussa, 2011) apresentou como resultados que os usuários dentro da área de artes tendem a ser mais ativos do que os utilizadores dentro das áreas de ciências técnicas ou naturais. Contudo observou-se que os investigadores independentes demonstram um padrão de uso distinto quanto ao resto dos grupos académicos. Finalmente o autor afirma que os estudantes universitários regulares são menos ativos que os estudantes de pós-graduação, na utilização desta rede, embora tenham um leque mais amplo em termos de interesses de pesquisa (Almoussa, 2011).

1.3. Os Jogos online

O número de pessoas que joga videojogos no mundo tem vindo a crescer cada vez mais devido ao desenvolvimento rápido dos dispositivos móveis, tendo em conta que existem vários dispositivos que sustentam esses jogos, como os Androids e IOS, assim como *websites* de rede social, tais como o Facebook. Existindo vários motivos pelos quais as pessoas jogam estes jogos, desde alívio de stress, sentimento de competitividade (desafios), relaxamento, divertimento, interação social e ainda por motivos de escape mental do mundo real (Ku, Kwak, Yurov, & Yurova, 2014).

De acordo com o estudo “A study of the influence of gaming behavior on academic performance of IT college students” (Ku et al., 2014), a ação de jogar jogos com consequências cognitivas e o desempenho académico são temas muito abordado no ambiente académico e público. Mesmo que seja ainda rebatível que os jogos possam influenciar o desempenho académico, muitos estudos anteriores consideram que estes jogos digitais podem ser úteis como ferramenta de aprendizagem de interesses e motivações para alunos externos, assim como entrega de diferentes níveis de conhecimento mais eficientes. O estudo aponta que um dos catalisadores cruciais é o fator motivação para o sucesso de aprendizagem, e este associado a metas académicas. Os autores notam que a frequência com que os alunos jogam os jogos pode estar associada ao desempenho académico, sendo que os jogadores mais frequentes que despendiam mais de duas horas a jogar tinham menor desempenho que outros não-jogadores. Tendo em conta o estudo, o tempo gasto em jogar, sejam os de grande escala ou outros, pode estar relacionado tanto a consequências negativas como positivas, assim como o estudo aponta que os tipos de jogadores podem estar relacionados à frequência e à quantidade de tempo que gastam a jogar. Quanto aos géneros de jogos, isto é, os tipos de jogos (categorias), são classificados pela forma como os jogadores interagem com estes, tendo, segundo o estudo, uma relação positiva e negativa com o desempenho académico.

Sendo que esta relação negativa ocorre quando alunos jogam 4 ou mais tipos de jogos e tendem a ter menor desempenho académico. Quanto a relações positivas denotou-se que o crescimento de pessoas que jogam num computador pessoal está relacionado a altos resultados em conhecimento computacional. Outro aspeto em consideração no estudo de videojogos é o fluxo e o autocontrolo que se relacionam com ao vício de jogos e a comportamentos associados. Sendo que o fluxo, de acordo com os autores, é o estado mental de imersão ou concentração numa determinada atividade, o que a ação de jogar jogos pode elevar, levando a perder a sensação de consciência própria e o sentido de tempo. Este fluxo, não está relacionado com a quantidade de tempo despendida nos jogos e no vício dos jogos, embora haja estudos o contrariem (Ku et al., 2014).

Segundo o estudo “O uso de videogames, jogos de computador e Internet por uma amostra de universitários da Universidade de São Paulo” (Suzuki, Matias, Silva, & De Oliveira, 2009), o fenómeno dos jogos eletrónicos tem estreita relação com o uso da Internet, já que grande parte dos jogos existem nas plataformas virtuais. Este estudo aponta a assuntos muito debatidos em relação aos jogos, que é a relação destes com a violência e com a sociabilidade, tendo opiniões tanto positivas como negativas.

Embora haja grande variedade de investigações sobre o uso destes jogos, estes estudos em geral aplicam-se a faixas etárias mais jovens que os estudantes universitários. Recorrendo a questionários de cariz descritivo, usados na Universidade de São Paulo no Brasil, e usando o programa SPSS para análise dos dados, o estudo apresenta como conclusão que, de forma geral, os jogos eletrónicos parecem fazer parte da vida quotidiana dos estudantes inquiridos, apesar de a maioria jogar por lazer, embora muitos que afirmam jogar com maior frequência apresentem indícios de problemas relacionados com os jogos, apontando as consequências desse hábito. Cerca de 5% dos inquiridos afirmam só interromperem o jogo quando alertados por terceiros, pelo maior envolvimento na atividade, traduzindo-se em 4h ou mais por sessão de jogo ou relacionamento com amigos virtuais (Suzuki et al., 2009).

Recorrendo a um questionário *online*, a uma recolha de dados por conveniência e usando um modelo de pesquisa, os autores concluíram que existe uma relação estatisticamente significativa entre variáveis independentes do modelo de investigação (autocontrolo, interação social e plataformas de jogo) e o desempenho académico. *“The analysis results show that while self-control, social interaction (i.e., more face-to-face interaction than online interaction), and gaming platform make statistically significant contributions to college students’ academic performance, other three variables including motivation, gaming frequency, and gaming genres are not playing any statistically significant role with regard to academic performance. The results of our analysis concerning the self-control and gaming platform variable confirm the findings of prior research, which indicate that the more control students have over their academic work, the higher GPA they can achieve”* (Ku et al., 2014, p.2). Por fim, o estudo aponta que não é possível generalizar os resultados visto que somente os estudantes do IT fizeram parte da amostra, assim como existe a possibilidade de existirem

perguntas tendenciosas, devido ao modelo de investigação ter sido testado através do questionário (Ku et al., 2014).

1.4. Conteúdos Audiovisuais

1.4.1. Youtube

Atualmente o Youtube é um subsidiário da Google Inc, apoiando a distribuição, partilha e organização de vídeos gerados por utilizadores, permitindo aos utilizadores não registados ver vídeos e postar comentários e aos utilizadores registados fazer carregamento de Clipes de filmes, clipes de televisão, vídeos musicais, curtas-metragens, documentários e vídeos capturados por dispositivos móveis. Havendo uma vasta gama de vídeos disponível para visualização, é de considerar que em termos de tipos de vídeo mais populares visualizados por categoria, a categoria de música tem-se revelado ser a mais popular, seguida da categoria de entretenimento e finalmente pela categoria de pessoas ou *blogs* (Buzzetto-More, 2014).

De acordo com o estudo “An Examination of Undergraduate Student's Perceptions and Predilections of the Use of YouTube in the Teaching and Learning Process” (Buzzetto-More, 2014), aproximadamente 60 horas de vídeo são carregadas para o servidor da plataforma Youtube a cada minuto, ou seja, uma hora de vídeo é carregada para o Youtube a cada segundo. Assim, de acordo com o mesmo estudo, cerca de 4 biliões de vídeos são visualizados a cada dia e cerca de 3 biliões de horas de vídeo são visualizadas a cada mês. O autor ainda aponta que o utilizador comum gasta em média 20 minutos por dia no *website* e que mais vídeos são adicionados ao Youtube por mês do que as 3 maiores redes televisivas criam em 60 anos. Sendo que, apenas pelo Facebook, são despendidas 500 horas de vídeos do Youtube por dia e cerca de 700 vídeos do Youtube são partilhados no Twitter a cada minuto. De acordo com o autor, o Youtube é atualmente o segundo motor de busca mais utilizado na Internet, providenciando diversos tipos de vídeos aos utilizadores, incluindo vídeos educativos (Buzzetto-More, 2013).

De acordo com o estudo “An assessment of faculty usage of YouTube as a teaching resource” (Burke, Snyder, & R.C. Roger, 2009), grande parte dos estudantes universitários já está a implementar o uso de tecnologias semelhantes ao Youtube nas suas vidas pessoais, por isso, o mais provável será ver este tipo de plataforma nas aulas como um suplemento de ensino. O artigo afirma que, como um suplemento de ensino, o Youtube pode ser utilizado para apoiar alunos, graças ao seu estilo de ensino digital, habituados a usar as tecnologias virtuais, como o blogging de vídeos ou enviar mensagens, mais do que a usar ferramentas de ensino mais tradicionais. Para estudantes de uma idade mais avançada, geralmente menos habituados às novas tecnologias, o Youtube oferece-lhes uma oportunidade de experimentar estas novas tecnologias que ajudarão a adquirir conhecimentos comerciais, que podem vir a ser úteis para carreiras futuras. Por meio deste inovador recurso *online*, os instrutores podem ajudar os seus instruendos a criar ou utilizar conteúdos que são pessoalmente relevantes, daí

conseguirem promover um ambiente de ensino mais atraente. Em adição, o Youtube é um recurso de ensino gratuito, isto é bastante relevante devido à consideração quanto a orçamentos educacionais.

A partir do Youtube os *links* podem ser facilmente anexados em apresentações Powerpoint, documentos, ou plataformas de ensino *online* (tais como o Blackboard, o Moodle ou o Sakai), simplesmente cortando e colando o URL do vídeo selecionado que está exibido no próprio site. O Youtube também pode ser utilizado como uma plataforma de ensino *online*, pela apresentação aos alunos em aula de um vídeo de um orador a falar de um tópico específico ao curso, o que é especialmente útil no caso de aulas *online* e no caso de institutos de ensino localizados em sistemas mais rurais, onde seja difícil adquirir oradores apropriados. Se desejado, o acesso a vídeos carregados no Youtube pode ser restrito a um instituto de ensino específico ou a alunos de um curso específico. (Burke et al., 2009)

De acordo com o estudo “An Examination of Undergraduate Student's Perceptions and Predilections of the Use of YouTube in the Teaching and Learning Process.” (Buzzetto-More, 2014), na Universidade da Costa Este de Maryland, em 2013, foi realizado um estudo por Nicole A. Buzzetto-More intitulado “Undergraduate Student's Perceptions and Predilections of the use of Youtube”, em que um dos cursos foi feito inteiramente *online*: o instrutor desenvolveu um número de vídeos dirigidos por si; disponibilizou leituras do curso em Microsoft Powerpoint, Microsoft Word e em vídeos no formato do Youtube. Vídeos adicionais foram criados para aumentar a compreensão dos estudantes relativa aos conceitos chave do curso e também para introduzir conceitos num formato mais dinâmico. Uma variedade de vídeos do Youtube, do qual nenhum dos instrutores ou dos participantes do curso tiveram parte na criação, também foram incorporados. Estes vídeos abrangiam de segmentos de documentários, excertos relevantes de programas televisivos, cenas de filmes conhecidos, entrevistas, leituras de professores de outras Universidades, apresentações curtas e vídeos de carácter provocativo ao pensamento ou vídeos de carácter divertido, relevantes ao conteúdo geral do curso. Vídeos de Youtube foram também incorporados em duas sessões de discussão *online* (uma em que os estudantes observavam e analisavam vários vídeos provenientes de uma lista de vídeos disponíveis e outra em que os estudantes localizavam e partilhavam vídeos com os seus colegas); e em duas tarefas de curso com a promessa de uma nota extra para o curso. Outras características do curso incluíam o uso de um serviço de resposta adaptativa de sistema ligada ao texto eletrónico do curso, um livro de avaliação *online* e um envolvimento de uma estimulação baseada em Internet. O Blackboard LMS foi utilizado com o instrumento de entrega primário, por permitir o anexo de vídeos diretamente a partir do Youtube; a versão híbrida do curso operou de uma maneira bastante semelhante à da aula *online* com a exceção que incluía encontros semanais e daí menos foco em discussões *online* e interações. Seguindo a conclusão dos cursos, uma análise foi administrada utilizando a ferramenta de análises *online*, Zoomerang.

As conclusões deste estudo foram, segundo Nicole A. Buzzetto-More: A *média* Social tem-se revelado uma maneira eficaz de suplementar modos tradicionais de instrução,

especificamente o estudo revela que vídeos de Youtube bem selecionados ajudam os estudantes a albergar mais profundamente com o assunto em questão e lembrar-se da informação que aprenderam durante mais tempo. Adicionalmente, os vídeos de Youtube mostraram-se capazes de aumentar a profundidade do conhecimento dos estudantes quanto ao conteúdo do curso. Em particular, o Youtube mostrou-se bastante capaz de facilitar discussões sobre o curso, melhorar as leituras, encorajar o ensino independente e apoiar a tutoria de cursos *online* (Buzzetto-More, 2014).

É então possível considerar que se deve à ligação profunda entre a sociedade e ao seu uso de vídeos educacionais como uma ferramenta de complementar conhecimentos, remetendo a gerações mais antigas que ainda usam a televisão como fonte de conhecimento sobre áreas que lhes interessem. O Youtube em particular trata de prover estes mesmos de maneira simples e sem restrições quanto à programação ou o tópico em questão, isso estimula maior interatividade para com o conteúdo tal como um maior compromisso, maior vontade de debate e com isso um maior aumento de transferência geral de conhecimentos e aptidões.

Para a comunidade académica, é bastante relevante porque os estudantes são aprendizes visuos-espaciais, bastante motivados por e capazes de realizar múltiplas tarefas com multimédia inspirada e motivada a partir do uso de vídeos.

1.5. E-mail

A comunicação interpessoal tem tido um uso prevalecente na Internet, apesar do número de outros serviços disponíveis, de acordo com o estudo “Gender Differences In Email And Instant Messaging: A Study Of Undergraduate Business Information Systems Students” (Debrand & Johnson, 2008), num dia normal do ano 2000, 47% das pessoas que entravam *online* enviavam um e-mail, mais do dobro das pessoas que realizavam qualquer outra atividade na Internet. A comunicação contribui para a probabilidade de que as pessoas tenham melhores relações pessoais, uma maior autoestima, sentido de propósito na vida e um melhor bem-estar psicológico e físico. A Internet proporciona um meio de comunicação com potencial para criar um impacto social positivo para os indivíduos, comunidades, organizações e a sociedade em geral. Por causa da proliferação virtual de organizações e outras aplicações de trabalho, a Internet é frequentemente pensada como um meio para comunicação profissional. Mas também tem sido mostrada como útil e até preferida para outros contextos, sendo um dos mais notáveis a educação. A implicação é que a Internet está a mudar a forma como comunicamos, sendo esta a baixos custos para comunicar com amigos distantes e recriar laços, assim como também permite desenvolver e manter laços com pessoas que, de outra forma, poderia não ser possível. (Debrand & Johnson, 2008).

O e-mail tem crescido sem precedentes desde a sua criação, facilitando a comunicação rápida entre indivíduos, atravessando fronteiras e fuso horários para ambos os tipos de uso, seja profissional ou pessoal. O e-mail tornou-se uma ferramenta importante na vida profissional

de muitas pessoas, tendo a potencialidade de acrescentar valor, mas também de contribuir para a insatisfação do empregado e ainda de ser prejudicial para o bem-estar.

Ainda que exista estudos sobre o efeito que os e-mails têm nas nossas vidas, um aspeto em particular é referido e estudado com esta investigação é a relação entre a personalidade e as suas experiências pessoais com o e-mail.

De acordo com o estudo “You’ve got mail!” (University of Sheffield Management School, 2015), existem mais de 2.5 biliões de usuários de e-mail pelo mundo, sendo que, em média, os adultos gastam mais de uma hora por dia no e-mail. O e-mail então passou de um meio de partilha de informação relevante entre profissionais de diferentes locais para um meio de partilha de informação, nem toda relevante, entre indivíduos que podem estar pertos geograficamente. O autor refere o e-mail como tendo vantagens e desvantagens, enquanto ferramenta de comunicação, apontando também que nos Estados Unidos o e-mail apenas fica em segundo lugar em relação às chamadas telefônicas em termos de importância de comunicação. O e-mail apresenta vantagens como a possibilidade de acesso conforme a conveniência, ou seja, possibilidade de ler e reler, imprimir para consumo offline, possibilidade de rever e até de consultar muito mais tarde após a receção da mensagem. Outra vantagem é a facilidade de partilha de informação com diferentes indivíduos ao mesmo tempo, possibilitando maior eficiência do que a comunicação cara-a-cara ou por telefone, especialmente quando as pessoas se localizam em diferentes locais ou quando, por outras razões, torna impossível uma reunião presencial entre um grupo. A informação contida num e-mail pode ser recebida quase instantaneamente o que é importante para perceber como as mensagens são distribuídas. A última vantagem referida pelo estudo é a trilha incorporada de auditoria, que ajuda a organizar a caixa de e-mail por data de envio, por quem e para quem. Desta forma facilita o acesso à informação contida nos e-mails e a sua procura.

De acordo com o mesmo estudo, “You’ve got mail!”(University of Sheffield Management School, 2015), existem também desvantagens a apontar, que são o facto de haver inexistência de normas claras sobre o e-mail, clareza que pode levar a desentendimentos entre os utilizadores e acrescentar pressão para constantemente consultar o e-mail à procura de novas mensagens ou para responder mais rapidamente do que o exigido. Ao contrário da comunicação cara-a-cara ou via telefone, o e-mail não apresenta pistas não verbais, tais como a linguagem corporal ou expressão facial, sendo fácil interpretar erradamente e-mails ambíguos ou ler uma mensagem positiva como negativa. Alguns investigadores apontam que este meio de comunicação pode ser demasiado espontâneo, aumentando a quantidade de mensagens enviadas e recebidas, favorecendo a dispersão e a dificuldade em selecionar como prioritárias as mensagens realmente importantes. Outra desvantagem é a inexistência de autocorreção no tempo pretendido, o que, quando uma mensagem já foi enviada, não é permitida qualquer correção ou elaboração para essa mesma mensagem, seria necessário o esforço de enviar outra mensagem com as correções pretendidas.

O sentimento de ter a caixa de e-mail cheia também pode causar *stress*, que ocorre quando a percepção do utilizador do volume do e-mail ultrapassa a sua percepção das suas habilidades para atuar e ler as mensagens.

Por último, outra desvantagem é o e-mail pode ser uma distração de outras atividades nas quais devia ou queria trabalhar.

Apesar destas desvantagens, continua-se a dar uso a este serviço, sendo que, de acordo com o estudo em 2014, existe 1.1 biliões de pessoas que utilizam este serviço através de dispositivos móveis e estima-se que, em 2018, esse valor dobre. Quanto ao tempo que esta aplicação é deixada ativa, mais de 62% dos inquiridos deixa o serviço ativo todo o dia (University of Sheffield Management School, 2015).

Segundo Christopher Debrand e Jeffrey Johnson, o objetivo do estudo foca-se nas diferenças de comunicação entre os homens e as mulheres. De acordo com o artigo, as mulheres apresentam melhores redes sociais do que os homens e usam o telefone com mais frequência para manter os seus laços com os outros.

Tendo o e-mail e os média de mensagens instantâneas como meios que permitem as pessoas manterem as suas amizades, é possível pensar que as mulheres podem ter interesse no uso desses serviços. Embora haja outros pensamentos acerca destas diferenças, tais como afirmar que os homens comunicam com mais frequência pela Internet que as mulheres ou que estes dois géneros apresentam hábitos similares. Contudo, existe um maior apoio nas investigações que apontam que as mulheres usam a Internet com mais frequência que os homens para comunicar com outras pessoas.

Recorrendo a dados de outros estudos e a um questionário dirigido aos estudantes universitários, este estudo sugere que, com algumas exceções, homens e mulheres têm percepções similares aquando do uso do e-mail e mensagens instantâneas. De acordo com os autores, talvez por causa dos estudantes universitários tirarem maior uso da Internet que a população geral, estes podem dar maior importância à presença na Universidade do que propriamente ao e-mail e às mensagens instantâneas. Podendo até ser forçados a usar estes serviços apenas para comunicar com os professores ou colegas. Segundo os resultados, a população em geral tem vindo a comunicar cada vez mais através destes meios e, conforme a Internet vai crescendo, existe menor diferença entre a usabilidade do e-mail ou mensagens instantâneas entre os sexos (Debrand & Johnson, 2008).

De acordo com o estudo "You've got mail!" (University of Sheffield Management School, 2015), existe uma relação forte entre *pus'* e-mail e percepção de pressão sobre os e-mails, isto é, as pessoas que automaticamente recebem os e-mails nos seus telemóveis são mais propícias a relatar maior percepção de pressão sobre o e-mail.

Outro aspeto a considerar é que as pessoas que deixam o seu e-mail ativo todo o dia também seriam propícias a sentir a pressão, assim como verificar o e-mail no início da manhã ou entardecer à noite também está associado aos níveis altos dessa mesma pressão. Grandes níveis de pressão do e-mail estão associados a exemplos de trabalhar negativamente, causando impacto negativo à vida de casa e vice-versa. Por fim, o artigo relata que a

personalidade aparenta moderar a relação entre a percepção de pressão e o balanço de trabalho e vida em casa (University of Sheffield Management School, 2015).

1.6. Os dispositivos móveis

O uso e posseção de dispositivos móveis tem vindo cada vez mais a crescer no ambiente académico, estes meios têm vindo a desafiar as bibliotecas a reconsiderarem os seus serviços. De acordo com o estudo “Mobile information-seeking behavior. A comparative study” (Lee & Song, 2015), a frequência do uso destes dispositivos móveis, pelos estudantes universitários, tem sido significativamente maior do que a frequência do uso destes mesmos dispositivos pelos estudantes domésticos. O artigo sugere que estes dispositivos móveis têm vindo cada vez mais a ser adotados mundialmente, e com isso, um número crescente de alunos que utilizam esses dispositivos como ferramenta principal para aceder a informação e para realizar chamadas de voz. De acordo com o estudo, os estudantes sentem impacto pela influência social e pelas percepções de valor na toma de decisões de compra, ou seja, esta posseção de dispositivos móveis, como os *smartphones*, reforça os laços sociais com um grupo maior de população estudantil e ajuda o utilizador a ser atualizado com os mais recentes desenvolvimentos tecnológicos. O artigo sugere que, em prol de ajudar as bibliotecas a corresponderem às expectativas e oportunidades trazidas pela adoção da tecnologia móvel, estas apelem à literacia móvel. A literacia móvel poderá ajudar os bibliotecários a serem atualizados também do avanço tecnológico e a criar perfis de serviços adequados, usando os dispositivos móveis e tecnologias. Durante este estudo, os autores comparam a literacia móvel com a literacia de informação, devido à rapidez com que a informação pode ser acedida por destes dispositivos, ao contrário da procura de informação tradicional.

Adicionalmente, o estudo aponta que atualmente as bibliotecas recomendam diversas aplicações móveis para encaminhar os utilizadores para diversas disciplinas, para além de outros estudos sugerirem a utilização de aplicações pelos bibliotecários para melhor organizar as tarefas diárias, incluindo armazenamento de dados, gestão de bibliografia *online* e gestão de ficheiros multimédia. Estas aplicações podem ajudar os utilizadores a ter melhor condução de pesquisas qualitativas e quantitativas (Lee & Song, 2015).

Segundo o estudo “Impact of Smartphones/Tablets on the information seeking behaviour of medical students and staff of Niger Delta University Bayelsa State - Nigeria” (Edonkumoh Victor, 2015), a inserção dos dispositivos móveis como os *smartphones* e os *tablets* tem tido um impacto significativo nos estudantes de medicina e funcionários, mudando a forma como procuram a informação, os métodos de como ensinam, aprendem e pesquisam objetivos. Desde a integração destes dispositivos, estes têm sido incorporados nas Universidades, usando diferentes modelos educacionais. A popularidade dos dispositivos móveis tem vindo a crescer devido à sua portabilidade, alta funcionalidade, grande capacidade de desempenho e habilidade para revitalizar a aprendizagem, ensino e processos de pesquisa pelo acesso rápido e simples à Internet.

Com a ajuda destes dispositivos, os estudantes aprendem num ritmo mais acelerado fora das aulas, por terem rápido acesso à Internet, no intuito de retirarem as fontes necessárias. O objetivo do estudo em questão é explorar o impacto destes dispositivos nos padrões de comportamento na procura de informação pelos estudantes e funcionários das quatro faculdades dentro da Universidade Niger Delta University College of Health Sciences. Recorrendo a um método de conceção de pesquisa descritiva e a um questionário, o estudo aponta como conclusão que existe uma noção em crescimento do uso dos *smartphones* e *tablets* pelos estudantes e funcionários, para aceder a informação relevante nas áreas de medicina e saúde para propósitos educacionais; assim como um grande impacto no acesso à Internet, materiais de estudo, apontamentos nas aulas e laboratórios, portais da Universidade, informações relativas a tratamento de pacientes, escrita, submissão e acesso de publicações escolares em jornais *online* e outros.

De acordo com os resultados do mesmo estudo, foi identificada uma lacuna no apoio técnico quando existem defeitos, isto é, quando existem dificuldades operacionais, pobre conhecimento no uso destes dispositivos, grande custo na subscrição de dados e deficiente fornecimento de energia, sendo estas algumas das barreiras aquando da utilização destes dispositivos móveis para procura de informação pelos estudantes (Edonkumoh Victor, 2015).

Quanto ao estudo “Mobile information-seeking behavior. A comparative study” (Lee & Song, 2015), os objetivos foram comparar as similaridades e as diferenças nos padrões de procura de informação pelos estudantes universitários em diversas regiões.

Recorrendo a um questionário para comparar estes comportamentos de procura de informação em duas Universidades, o estudo teve como conclusão que, apesar de ser difícil generalizar comportamentos de diferentes grupos culturais com uma amostra pequena, este estudo aponta que oferece umas luzes para melhor entendimento das igualdades e diferenças. Os resultados apontam que a ação de ler as notícias diárias é a atividade principal na procura de informação pelos estudantes que possuem dispositivos móveis; um número significativo de estudantes utiliza a opção de mensagens curtas *online*; o uso do serviço de e-mail baixou.

Por fim, o estudo aponta que esta investigação pode ajudar as bibliotecas a adequar melhor as suas estratégias de serviços, assim como a melhorar os serviços que utilizem as mensagens, pelo desenvolvimento de estratégias de marketing, criação de potenciais afiliações colaborativas com outros serviços estudantis (Lee & Song, 2015).

1.7. As Compras online

A Internet tem evoluído ao longo dos tempos, sem surpresa alguma, as compras por este mesmo meio tem vindo a acompanhar esta evolução, tornando-se um meio de consumo importante, nos dias de hoje. O estudo “Online Shopping Factors: an Analysis of College Students’ Experiences Based on Gender” (Truell, Alexander, Zhao, & Woosley, 2010), elaborou uma seleção por género, para identificar seis formas de decisão no ato de compra: o perfeccionismo, a marca, a novidade/moda, a confusão, a lealdade à marca e impulsividade.

Segundo o artigo, os estudos indicaram que existem diferenças entre homens e mulheres quando fazem compras *online*, sendo que os homens compram mais devido à marca e as mulheres seguem mais as tendências e as novidades.

Estas diferenças também foram estudadas em Singapura, tendo em conta cinco fatores essenciais na compra: a conveniência, a segurança, a personalidade, a experiência de utilização e preços. Estes estudos apontam que o público feminino considera o facto de não conseguir tocar ou ver o produto em compras *online*, tomando menos vezes a decisão de comprar por este meio, em comparação ao público masculino. Paralelamente a estes estudos, outra investigação explicou o impacto de fatores socioeconómicos nas compras *online*, utilizando como parâmetros a idade, o sexo, os rendimentos, a educação e a exposição à Internet. Este estudo não ofereceu, no entanto, resultados em relação às diferenças ou similaridades entre os dois géneros e compras *online*.

Outros estudos indicam de acordo com esta investigação que, por exemplo, os homens não se importam de pagar mais pelo produto, e são os compradores mais impulsivos dos dois géneros.

Este artigo, no qual nos estamos a debruçar, teve como propósito verificar as razões por detrás das compras *online* por parte de estudantes universitários e revelar se existe diferenças entre os dois sexos. Foi utilizado um inquérito para averiguar estas questões, sendo que 286 alunos deram informações válidas, ou seja, 138 dos inquiridos eram mulheres e os restantes 148 eram homens (Truell et al., 2010).

Quanto aos resultados, o artigo afirma que o tipo de item mais adquirido *online* por mulheres são os produtos de vestuário e, em relação aos homens, o tipo de item mais comprado são produtos eletrónicos. Os menos comprados são artigos de cozinha e alarmes de segurança. As mulheres têm maior tendência em comprar artigos de joalharia, vestuário e de viagens, enquanto os homens adquirem artigos para os veículos, eletrónica e ferramentas.

A razão que mais motiva, de acordo com os resultados, a utilização deste meio de compras, é a conveniência e a razão que menos motiva é a variedade de produtos, sendo prevalente em ambos os sexos. De acordo com o artigo, os homens escolhem os produtos tendo em maior consideração os preços, que as mulheres. A maior parte dos utilizadores de compras *online* nunca teve problemas em relação ao serviço, sendo que não existem diferenças em relação ao género do utilizador.

Neste estudo, também foi explorada a razão pela qual existe hesitação de usar o meio de compras *online*, sendo que a razão mais escolhida foi não querer *spam* de mensagens no e-mail pessoal e a razão menos escolhida foi a de simplesmente não querer fazer compras *online*. O estudo aponta também que as mulheres têm menor confiança na segurança da compra, em relação aos homens.

Pode-se então aferir que os homens, sendo mais impulsivos, vão em grande parte à procura dos preços mais apetecíveis e as mulheres seguem mais as tendências da moda, indo à procura do que lhes chama mais à atenção, o que confirma uma necessidade de obter um

produto que seja considerado uma novidade. Este estudo denota que os estudantes não compram utensílios para a casa, sendo que a maior parte deles trará das suas próprias casas.

O comodismo que este meio emana tornou-se importante, sendo este a razão principal para a sua utilização. O facto de poder estar em casa e encomendar um artigo de roupa, um equipamento eletrónico ou até livros académicos, fez com que as compras *online* sejam um meio bastante importante nos dias de hoje. As empresas que pretendem continuar a ter lucro estão conscientes deste facto e, por essa razão, existem cada vez mais páginas de empresas de vendas que têm o serviço de compras *online*. Os estudantes universitários, estando a entrar na vida adulta e começando a ter os seus próprios lucros, tornaram-se um grupo extremamente importante de compras *online*, sendo a faixa etária que está mais próxima das novas tecnologias, nomeadamente da Internet. Por fim, é de grande importância atender que o consumo de produtos não tem lugar apenas num centro comercial ou numa feira, mas também no conforto do lar, sendo apenas necessário ter uma ligação à Internet e ter uma necessidade de comprar um artigo que esteja disponível na página de compras da empresa desejada (Truell et al., 2010).

Cap. 2 - Os usos sociais do tempo pelos jovens universitários

2.1. Tempo de estudo, gestão do tempo e coordenação do quotidiano

Nos tempos presentes, a Internet guarda um impacto significativo em várias facetas das nossas vidas, seja no mundo dos negócios, seja na educação, na comunicação, no entretenimento, na atividade social, nas compras, entre outras. Este meio tem vindo a crescer exponencialmente ao longo dos anos, fazendo-se notar também nas vidas académicas dos estudantes universitários, o que leva a ponderar a importância de explorar este fenómeno. Muitas Universidades à volta do mundo estão a expandir o investimento nas tecnologias de informação, em especial na Internet, assim como estão a promover o uso desta (Tomos et al., 2013).

Visto que tem vindo a crescer a importância da Internet nas vidas académicas dos estudantes, tanto a nível pessoal como a nível de pesquisa académica, é relevante explorar de que forma os estudantes organizam o seu tempo limitado para usar este meio.

De acordo com o estudo “Organização do uso do tempo e valores de universitários” (Leite et al., 2003), as pessoas dedicam um maior número de horas a diversas atividades durante o dia, com intuito de serem cada vez mais produtivas e eficientes. Sendo que o tempo é visto com um recurso valioso a ser completado com atividades produtivas, podendo este tempo ser negociável, vendido, gasto, economizado ou desperdiçado.

O tempo dos estudantes universitários é caracterizado como sendo um recurso limitado, ou seja, são comparados a computadores com várias tarefas de processamento de informação a realizar, divergindo em tamanho, complexidade, prioridades e prazos. Ao serem imersos neste mar de tarefas, os estudantes podem ser conquistados pela impressão que têm falta de tempo suficiente para completar as suas tarefas adequadamente. É então natural existir uma preocupação em torno deste assunto. Os autores Leite, Tamayo e Günther apontam, no entanto, que existem formas de apoiar os estudantes a gerir melhor o seu tempo, levando a práticas de administração de tempo que consequentemente tornam os alunos menos stressados, mais eficientes e satisfeitos. Esta administração e estruturação do tempo pode reduzir a procrastinação nos estudantes, um problema que tem feito parte do modo de atuar da maioria dos estudantes, no presente. Os autores apontam que *“também, as questões de organização do tempo parecem abranger mais que uma simples distribuição de tarefas ao longo do tempo, podendo envolver variáveis afetivas, comportamentais, cognitivas e de características pessoais”* (Leite et al., 2003, p.59), e que a maioria das pessoas sabe que deve planejar, priorizar e completar as suas atividades mais urgentes e obter uma rotina, mas nem sempre acontece isso. O objetivo do estudo em questão foi investigar o impacto dos valores no uso e estrutura do tempo dos universitários, estando relacionado com a importância que o indivíduo atribui a valores de indulgência e conformidade.

Recorrendo a um questionário dividido em duas partes, uma contendo a escala de organização do tempo (Figura 01) elaborada pelos autores, e a outra parte do questionário contendo o inventário de valores de Schwartz (Figura 02), os autores apresentaram como conclusões que, na capacidade de organização do tempo de forma eficiente, a dimensão autopromoção (os valores de poder, realização e hedonismo) *versus* autotranscendência (os valores de universalismo e benevolência) se mostrou relevante. Outro aspeto que se retirou dos dados foi que a maior motivação axiológica (estudo de valores) para a organização do tempo é a importância que o indivíduo atribui a valores de indulgência e conformidade como previsto na revisão de literatura, sendo este um comportamento normativo esperado pela sociedade. A rotina tanto traz valores coletivos como valores individuais. Existe uma complexidade na dinâmica de organização de tempo, sendo que o género e a área do curso tiveram impacto na organização e uso do tempo, ao contrário da variável idade. As mulheres e os estudantes de áreas de estudo humanas, foram mais organizadas quanto ao uso do tempo. Por fim, os autores apontam que não se denotou diferença no fator idade quanto à organização do tempo, embora alunos do primeiro semestre demonstrassem maior competência no uso do tempo do que os alunos dos semestres mais adiantados – o que pode se justificar devido a um maior esforço de ajuste por parte do aluno à nova realidade académica, ou pode se refletir no facto de existir maior disponibilidade de tempo para se dedicar aos interesses académicos (Leite et al., 2003).

Itens	Fatores			
	1	2	3	4
Deixo o que tenho para fazer para última hora (R)	,72		,17	,27
Adio tarefas de hoje para o dia seguinte (R)	,68		,14	,10
Demoro a iniciar as minhas tarefas (R)	,66	,23		,22
Desperdiço o meu tempo (R)	,46	,26	,12	,17
Interrompo com frequência o que estou fazendo (R)	,46	,34		,10
É difícil manter minhas obrigações em dia (R)	,45	,28		,44
Desisto facilmente após ter iniciado uma atividade (R)	,22	,77		
Uma vez que começo uma atividade, persisto até concluí-la.		,70	,11	,20
Tenho dificuldade em terminar atividades iniciadas (R)		,61		,42
Planejo minhas atividades seguindo uma ordem durante o dia.			,81	
Todos os dias, planejo minhas atividades.	,16		,69	
Sigo uma rotina diária.	,11		,40	,12
Quando termino uma tarefa, sei o que devo fazer em seguida.	,27	,28	,37	,32
Chego atrasado(a) aos meus compromissos (R)	,11		,19	,53
Faço o suficiente com meu tempo.		,20		,50
Tenho dificuldades em saber o que é mais importante para eu fazer no dia (R)	,34	,28		,42
Termino minhas tarefas antes do prazo final (R)	,36		,12	,42

Método de extração: *principal axis factoring* Método de rotação: *varimax*
R= escore reverso Fator 1 = Rotina, Fator 2 = Persistência, Fator 3 = Planejamento, Fator 4 = Competência

Figura 1 - (EOT)

(EOT) Itens e cargas fatoriais distribuídas nos fatores da Escala de Organização do Tempo. (p.63)

Tipo motivacional	definição	valores
Poder	Estatu social e prestígio, controle ou dominância sobre as pessoas e habilidades	poder social , autoridade, riqueza, vaidade
Realização	Sucesso pessoal através de demonstração de competência de acordo com padrões sociais	sucesso, capaz, ambicioso, influente
Hedonismo	Prazer e senso de gratificação para si mesmo	prazer, gozar a vida, auto-indulgência
Estimulação	Excitação, novidade e desafio na vida	uma vida variada, uma vida excitante, audacioso
Autodireção	Pensamento independente e escolha da ação, criando, explorando	criatividade, liberdade, independente, curioso, a utodeterminado, auto-respeito e privacidade
Universalismo	Entendimento, apreciação, tolerância e proteção para o bem estar de todos de todas as pessoas e para a natureza	mente aberta, sabedoria, justiça social , igualdade, um mundo de paz, um mundo de beleza, união com a natureza, proteção do meio ambiente, harmonia
Benevolência	Preservação e promoção do bem estar das pessoas com as quais mantém contato	útil, honesto, trabalho, sentido da vida, leal, responsável, indulgente
Tradição	Respeito, comprometimento e aceitação dos costumes culturais e religiosos	moderado, humilde, ciente dos limites, devoto
Conformidade	Busca a contenção dos impulsos de transgressão das normas sociais	polidez, autodisciplina, obediente
Segurança	Defesa da harmonia e estabilidade da sociedade, das relações do eu	senso de pertencer, ordem social , segurança nacional, retribuição de fatores, segurança familiar, saudável, limpo

Figura 2 - (IVS)

(IVS) Definições dos tipos motivacionais dos valores em termos de seus objetivos e valores únicos que os representam. (p.60)

Relativamente ao estudo “Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho” (Aquino & Martins, 2007), os autores especificam e interrelacionam três conceitos que ocupam um papel de relevância no quotidiano. Tendo em consideração que o conceito de trabalho é associado como sendo uma atividade que tem prioridade no dia-a-dia, é interessante observar as diferenças entre os conceitos de ócio, tempo livre e lazer. As pessoas sentem necessidade de procurar por mais tempo para poderem usufruir, tentando assim ganhar recorrendo a ferramentas como os telemóveis, a Internet, entre outros, embora logo perca esse tempo preenchendo com mais atividades ou tarefas laborais. Neste sentido são notadas as diversas variações na organização e estruturação do tempo por cada indivíduo, assim como o valor de cada atividade, e o estabelecimento de prioridades, que variam conforme cada pessoa.

De acordo com a anterior investigação “Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho” (Aquino & Martins, 2007), pode-se observar que o ócio é completo com o sentido de um espaço para a livre evolução pessoal, é uma experiência necessária com grande valor para a natureza humana, é uma expressão da identidade de cada pessoa não sendo dependente do nível económico ou formação de quem vive o ócio; este conceito está também relacionado com o prazer da experiência, o descanso e tranquilidade, e ainda tem um sentido de ocupação suave e prazeroso. Enquanto, de acordo com o mesmo estudo, o conceito de lazer pode ser associado a divertimento, recreação, atividades lúdicas. Estando ao lado das responsabilidades sociais que diversificam a forma de intensidade de ajuste do tempo nas atividades laborais, o lazer também está associado a funções de repouso, evolução da personalidade e divertimento, em contraste com o ócio que está relacionado com o prazer da experiência. O lazer é ainda apresentado como uma atividade sem interesse, sem fins lucrativos, relaxante, social, livre, gratuito, prazeroso e voluntário.

Segundo os autores Aquino e Martins, o tempo livre é tido como uma referência temporal, consistindo numa repartição da unidade do tempo e contestando ao período de trabalho, uma libertação do tempo que deveria ser focado no trabalho. Ainda de acordo com os mesmos autores, a noção de tempo tem vindo a sofrer alterações, passando de uma constante objetiva para uma natureza relativa e subjetiva.

Em relação ao estudo “O Uso do tempo em uma população de adultos jovens universitários: Um estudo exploratório” (Lourenço, 2016), é denotado que o uso do tempo pode estar relacionado com a organização e estruturação da vida social de cada indivíduo. “Compreender como determinada população faz uso do tempo que possui, atribuindo a ele sentidos e significados, pode fornecer indicações de comportamento e do estilo de vida deste grupo, contribuindo para possíveis intervenções que visem a prevenção de doenças, ressignificação das ocupações e do próprio cotidiano, e melhora na qualidade de vida” (Lourenço, 2016, p.80).

Tendo em consideração a autora Mariane Lourenço, o estudo descritivo exploratório teve como objetivo principal compreender o uso do tempo por parte dos jovens dentro das idades compreendidas entre os 19 anos e os 24 anos, pertencentes a uma instituição do ensino superior em São Paulo, assim como teve o propósito de compreender como estes alunos

organizavam e utilizavam o tempo em relação ao dia-a-dia e como isso afetava a sua qualidade de vida.

Este estudo “O Uso do tempo em uma população de adultos jovens universitários: Um estudo exploratório” (Lourenço, 2016) teve como instrumentos de recolha de dados uma entrevista, um questionário, um diário de atividades e ainda foi utilizado um outro instrumento criado pelo Grupo WHOQOL que incluiu centros de estudo em diversos países. De acordo com o Diário de Atividades, pode-se observar que as atividades relacionadas com lazer/diversão eram realizadas com, praticamente, a mesma frequência independentemente de ser dia de semana ou fim-de-semana, pelos estudantes, tendo em especial atenção o uso da Internet, a atividade realizada com maior frequência (92,1%) em relação às outras atividades de lazer/diversão.

Destacou-se também a baixa frequência de atividades desportivas, em comparação com as atividades educativas e de lazer, que se traduziu num baixo predomínio de comportamentos saudáveis entre os estudantes inquiridos. Embora este tipo de atividades seja pouco praticado, segundo os resultados, causa elevado grau de satisfação, apesar de ser também menos significativo do que as atividades educativas que provam ter maior significância, mas menor satisfação.

Em relação ao instrumento WOQOL-Bref, teve-se em consideração a própria perceção dos estudantes quanto à própria qualidade de vida, observou-se então que a maior parte dos estudantes a classificava, de forma generalizada, como sendo boa (57,9% da amostra). Quanto às dimensões específicas, pode-se observar uma melhor qualidade na dimensão de Relações Sociais, isto é, os estudantes avaliam os aspetos relações pessoais, apoio social e atividade sexual como tendo melhor qualidade, ao contrário da dimensão de Meio Ambiente que avalia os aspetos relacionados com o ambiente no lar, a segurança física, os recursos financeiros, cuidados de saúde, informação, ambiente físico, lazer e transporte.

A autora Mariane Lourenço aponta ainda que, de acordo com estes resultados, apesar da modernização tecnológica ter proporcionado melhoras significativas no dia-a-dia das pessoas, esta também dificultou a vida ativa nas ocupações quotidianas do ser humano. Por fim, a autora refere que em grande parte, em relação aos jovens adultos inquiridos, estes dedicam-se minimamente às atividades físicas e hábitos saudáveis, assim como havendo necessidade de atenção para frequência em que estão envolvidos em ocupações consideradas como lazer passivo, que requer pouco esforço físico (Lourenço, 2016).

Cap. 3 - As competências infocomunicacionais

A Internet e a web 2.0 têm vindo a mudar a forma como olhamos para a educação universitária, sendo que todos os dias milhares de universitários utilizam os seus computadores para aceder a um *browser* na Internet, para assistir a uma aula *online*. Este ambiente torna-se bastante confortável para os estudantes, dando a possibilidade de ter vários serviços da Internet disponíveis, tais como enviar mensagens de e-mail, compras *online*, ouvir música,

visualizar vídeos no Youtube e “surfar” na web, atividades mais populares para os estudantes hoje em dia.

Ao contrário das gerações passadas, em que uma pesquisa académica requeria uma visita a uma biblioteca, os estudantes contemporâneos podem aceder e retirar muita da informação necessária *online*, no conforto de sua casa e num ambiente em que se sentem familiarizados. A escolher entre aceder uma base de dados de uma biblioteca ou pesquisar no Google com palavras-chave para obter a informação pretendida via *web*, o estudo “Distance students and online research: Promoting information literacy through media literacy” (Van de Vord, 2010) sugere que os estudantes estão cada vez mais dependentes da *web* para a sua pesquisa académica. O estudo aponta que, com 73% dos alunos indicando que usam a Internet mais do que as bibliotecas das Universidades, esta população tem em falta habilidade de pensamento crítico para avaliar a relevância, a confiabilidade, a plenitude e a precisão da informação acedida. Por outras palavras, de acordo com o estudo, os estudantes de hoje não possuem as habilidades de literacia necessárias para o sucesso (Van de Vord, 2010).

De acordo com o estudo “Competências infocomunicacionais em ambientes digitais” (Borges & Oliveira, 2011a), as tecnologias têm cada vez mais vindo a exigir capacidades técnicas, cognitivas e sociais o que leva a considerar que existe uma necessidade de incorporar novas competências, nomeadamente, a competência digital.

Sendo que estas capacidades se apresentam como vantagens em diversas áreas como na educação e mundo de negócios, isto é, como apontam os autores, estas habilidades apresentam vantagens nas áreas consistidas na comunicação e informação. Também facilitam o controlo e restrição das relações do indivíduo com o mundo, isto é, tornam-se de valor para os indivíduos que se sentem desamparados pela sociedade. De acordo com os autores, os indivíduos e organizações podem ser confrontados com a necessidade de empregar um conjunto de habilidades e competências solicitadas para usar diferentes tipos de informação, serviços e produtos, como também interagir socialmente pelos meios eletrónicos. Por essa razão é importante perceber quais são as competências impostas ou promovidas nessa situação.

O estudo aponta que, existindo uma necessidade de desenvolver o capital humano, ou seja, a necessidade de novas abordagens na preparação do cidadão, aqueles associados ao problema de exclusão digital tornam-se um problema para a sociedade automatizada. Este fenómeno da exclusão digital consiste no desigual acesso às tecnologias de informação e comunicação e à distinta capacidade do usuário para retirar o melhor proveito das potencialidades oferecidas a partir dessas tecnologias. De acordo com o estudo, este é um processo dinâmico e social e não um ato separado de provisão de *hardware*, a ser calculado em termos de qualidade de conteúdos e serviços disponibilizados através dos média. Os autores apontam que muitas vezes a oferta de organizações de inclusão digital ou programas de formação para o desenvolvimento de capacidades técnicas são suficientes, que existem pessoas que podem optar por não usar as facilidades tecnológicas, por diversas razões. Assim,

é de considerar que fixar normas e habilidades que as pessoas têm de deter exige entender a expressão de necessidades e a liberdade criadora de utilizadores.

Tendo em conta as várias formas a que o desenvolvimento de competências é associado, a mudança de fluxo pode ser considerada cultural, pois existe uma mudança de indivíduos espectadores para participantes. Se a Internet representa a liberdade de acesso e uso de informação, as responsabilidades também inflacionam, de acordo com os autores. O estudo aponta que a alfabetização está situada e determinada pelos contextos culturais, políticos e históricos das comunidades nas quais é ativada, assim como, o conceito em volta de literacia está associado a uma forma de competência para lidar com recursos codificados que mediam a linguagem, as suas regras e a cultura construída em torno dela. Os autores afirmam que atualmente o contexto cultural da alfabetização envolve as tecnologias digitais.

“A alfabetização é cada vez mais compreendida como um processo cognitivo contínuo que parte da descodificação e produção de material escrito (a alfabetização básica), mas que evolui para a apreciação crítica de aspetos da cultura, normas éticas e valor estético da palavra (alfabetização cultural)” (Borges & Oliveira, 2011^a, p.297).

Segundo o artigo, a existência de uma capacidade subjacente de saber quais habilidades usar em diferentes contextos e estar pronto para ativar de forma instantânea as habilidades pertinentes para uma tarefa em questão é o sentido que os autores optam pelo termo de “competência”.

Por conseguinte, os autores notam que, após investigação aprofundada sobre os conceitos em volta das competências em ambiente digital, as competências infocomunicacionais essencialmente dividem-se pelos aspetos cognitivos e habilidades solicitadas às pessoas, isto é, o requerimento de competências relacionadas à comunicação, competências em informação e a competências operacionais. A “espiral” das competências infocomunicacionais é constituída por níveis de literacia digital, tendo como o primeiro nível a *digital competence* (competência digital), o segundo nível como a *digital usage* (uso digital), referindo-se à aplicação das competências para resolver problemas concretos, e o terceiro nível como a *digital transformation* (transformação digital), aquele no qual as pessoas usam a tecnologia para inovar e criar, apesar de este último nível não ser considerado uma condição necessária para a competência em ambiente digital. *“De fato, as competências infocomunicacionais devem ser vistas como um processo. Todos que têm algum contacto com as tecnologias, possuem algum nível de competência, da mesma forma que não há ninguém completamente competente. Além disso, considerando que o conceito de competências em ambientes digitais permanece em construção, esses níveis irão variar de acordo com a perspetiva de onde são observados, com as características do sujeito ou organização que as emprega e com o contexto social onde são observadas”* (Borges & Oliveira, 2011a, p.308).

3.1. Competências Operacionais

Segundo o estudo “Competências infocomunicacionais em ambientes digitais ”(Borges & Oliveira, 2011a), com a mudança da literatura tradicional para a digital, dos textos impressos em papel para os documentos digitais sem limitação de páginas de texto, surge a necessidade de novas competências, entre as quais a competência operacional. Estas competências regem essencialmente a organização da informação literária, identificação de formatos de texto, reconhecimento ou associação do *software* adequado para abertura de ficheiros e ainda ter noção de tamanhos de ficheiro em relação ao espaço disponível, tanto no disco como na memória ou largura de banda para transferência.

Estas competências podem divergir em diversos termos como sendo habilidades instrumentais, competências técnicas ou alfabetização em computadores. Termos estes que estão relacionados a competências de manipulação de computadores e artefactos eletrónicos, não descartando o conhecimento básico de *hardware*, *software*, aplicações e redes. A adaptabilidade e a capacidade do utilizador para entender e usar estas ferramentas são aspetos da capacidade operativa. Para além destes aspetos, as habilidades operacionais também incluem a capacidade de atualização, tendo em conta a constante transformação da tecnologia.

De acordo com os autores, estas competências operacionais podem então traduzir-se em operar computadores e artefactos eletrónicos, operar um navegador, motores de busca, mecanismos de comunicação e recursos para produção de conteúdo. Sendo que estas competências são subjacentes às competências de informação e em comunicação no ambiente digital, se um individuo não possuir as competências operacionais elementares terá dificuldades em aplicá-las, por muito instruído que seja, lembrando que a espiral de competências envolve e integra todos os seus níveis (Borges & Oliveira, 2011a).

3.2. Competências Informacionais

Partindo das conclusões dos autores, estas competências podem-se definir em três dimensões relacionadas: conhecimentos, a habilidades e atitudes. Tendo em conta estas dimensões, o estudo refere que o individuo utiliza tanto a razão quanto a sua experiência para construir o seu conhecimento. Salienta também que as habilidades se relacionam com a capacidade de aplicar e fazer uso do conhecimento adquirido ou a capacidade de procurar em experiências passadas informações para solucionar um problema, ou seja, é o conjunto de elementos adquiridos na prática que não podem ser padronizados. Enquanto, de acordo com o estudo, as atitudes se relacionam com os aspetos sociais e afetivos, as preferências e interesses, é o individuo em si, a sua biografia e socialização, que determinam o saber-agir (atitude). De acordo com os autores, existe ainda uma quarta dimensão que se caracteriza pelo saber-ser, que consiste em competências de ética e responsabilidade, ligadas à questão política e às questões de participação política. O estudo aponta que estas competências também estão ligadas ao pensamento crítico de um individuo, ou seja, à capacidade de

comparar e avaliar informação dada. As competências em informação relacionam ao conteúdo enquanto as competências em comunicação se ligam a relações e ao ato comunicativo. *“Assim, enquanto a informação exige a produção de sentido a partir de dados, a comunicação exige a produção de relações a partir da informação”* (Borges & Oliveira, 2011^a, p.314).

3.3. Competências Comunicacionais

Segundo o mesmo estudo, as competências comunicacionais podem-se traduzir na capacidade de interação, argumentação, partilha, trabalho colaborativo e participação em redes e comunidades, tendo em conta os interesses de cada pessoa ou organização. Estas competências podem-se dividir em três habilidades, sendo estas a cognição distribuída, que consiste na capacidade de interagir expressivamente com pessoas e ferramentas que alargam a capacidade mental; na inteligência coletiva, que consiste na capacidade de partilhar conhecimentos com outros em direção a um objetivo comum; e na competência de negociação, que consiste na capacidade de passar através de diversas comunidades, tendo critério e respeito pelas múltiplas perspetivas.

Para além destas habilidades, as competências comunicacionais também estão presentes em outras atividades, como os autores referem, *“a competência em comunicação em ambientes digitais, portanto, está presente em atividades cada vez mais corriqueiras como a partilha de informação, o trabalho em rede, a participação em discussões online, o uso de redes sociais e a criação de “blogs”. Em todas essas atividades, as tecnologias oferecem facilidades na disseminação de informação, mas a comunicação não é necessariamente proporcional à eficácia da disseminação”* (Borges & Oliveira, 2011, p.316).

De acordo com o estudo, a comunicação envolve a habilidade de avaliar o que se diz e, portanto, as competências comunicacionais também estão relacionadas ao capital social, isto é, aos recursos obtidos através das relações sociais (Borges & Oliveira, 2011a).

Cap. 4 Metodologia de Investigação

Tipo de estudo

Esta investigação teve carácter descritivo-quantitativo, tendo sido realizada junto da população estudantil universitária. Uma investigação de carácter quantitativo é fundamentada por um modelo de pesquisa (incluindo quadros conceituais) e é a partir destes que se constroem as hipóteses sobre situações ou fenómenos que se pretendem estudar. Então é feita uma recolha de dados que irá guiar o investigador na aceitação, ou recusa, das hipóteses criadas (consequências) com o apoio da estatística.

“Richardson (1989) expõe que este método é frequentemente aplicado nos estudos descritivos (aqueles que procuram descobrir e classificar a relação entre variáveis), os quais propõem investigar “o que é”,

ou seja, a descobrir as características de um fenómeno como tal.”(Dalfovo, Lana, & Silveira, 2008, p.7)

Amostra

O procedimento para chegar a uma amostra representativa passou por solicitação de colaboração das Associações Académicas das Universidades Portuguesas (apenas foram consideradas as Universidades Públicas, não foram incluídos no estudo os Institutos Politécnicos e outras Instituições de Ensino Superior) e dos Serviços Académicos das Universidades em causa. Foi enviada correspondência eletrónica, solicitando a difusão do pedido de colaboração no preenchimento do inquérito *online*. Paralelamente a estes pedidos formais, foram desencadeados pedidos de colaboração através de meios informais de comunicação, nomeadamente, através das redes sociais *online*, numa estratégia de “bola de neve” em que se pedia que cada um que recebesse o pedido de colaboração o distribuísse junto dos seus amigos estudantes universitários e que solicitasse que estes fizessem o mesmo, e assim sucessivamente.

Com este duplo procedimento, conseguiu-se obter um número expressivo de respostas, que permitiu traçar um quadro fiel, detalhado e aprofundado que respondesse às questões e objetivos desta investigação.

Instrumentos

Foram utilizados os instrumentos de revisão sistemática e inquérito por questionário *online*, sendo que a revisão sistemática foi concebida através da seleção de informação em plataformas como a B-on, a Scopus, Google académico e repositório da Universidade de Aveiro. Houve então uma seleção da informação por relevância, em relação ao tema, e, por conseguinte, categorização e catalogação da mesma com a ajuda do programa Mendeley. Após leitura dos documentos, focando melhor nos principais, foram feitos resumos e apontadas as evidências. Após esta sintetização procurou-se organizar a informação adquirida e elaborar os capítulos de revisão literária.

Após esta revisão sistemática, foi então realizado um questionário detalhado, este baseado na informação retirada da revisão literária e nas hipóteses criadas.

Plano de Contingência

Na sequência de identificar os pontos críticos que podem comprometer a investigação, assim como identificar as respetivas soluções ou alternativas, desenvolveu-se um plano de contingência. Se houvesse dificuldade em obter os dados com a metodologia inicialmente planeada, poder-se-ia recorrer a um tipo de recolha de dados de carácter quantitativo, mas restringido à população estudantil universitária de Aveiro. Para tal, a amostra poderia ser recolhida através de questionário *online* e entrevistas presenciais.

Modelo de Análise (ver anexo 01)

Cronograma (ver anexo 02)

Cap. 5 Apresentação, Estudo e Discussão dos Resultados

Inquéritos Realizados

Após a construção do modelo de análise, procedeu-se à construção dos respetivos questionários e à sua distribuição entre as Universidades portuguesas, elaborou-se uma listagem das Universidades existentes e fez-se levantamento dos seus respetivos contactos.

Durante a construção do questionário, realizaram-se quatro entrevistas a estudantes com gravação de voz, com o propósito de testar o questionário e poder solucionar problemas, caso existissem, assim como completar ou mudar o questionário conforme a necessidade. Após o teste, o questionário foi publicado *online* pelas redes sociais a que se teve acesso, ou seja, publicado em grupos com participantes estudantes e professores, tal como foi requerida a divulgação do questionário por entre as associações académicas das Universidades, reitorias e centros de apoio à investigação incorporadas nas Universidades lusitanas.

Existiu um tempo de espera para que se recebesse respostas, assim como cuidado em relembrar as Universidades, com certa frequência, do pedido de divulgação do questionário entre os docentes e alunos. Nesta fase, recolheram-se 516 respostas, no dia 05 de Julho de 2016, em relação ao questionário publicado, das quais se realizaram as análises com a ajuda do *software* SPSS statistics. Recorreu-se a diferentes tipos de cálculos: Qui-quadrado e Frequências dentro da Estatística Descritiva, estando representados por Tabelas e Gráficos. (Ver Anexos 03 (Inquérito), 04 (Resultados), 05 (Output02), 06 (Output01), 07 (Output03), 08 (Output04), 09 (P18), 10 (Output05), 11 (Output06), 12 (ListaP16) e 13 (ListaP19))

Análise dos Inquéritos

Tendo em conta o número de respostas recebidas por parte dos estudantes, em 516 submissões observou-se que houve mais respostas por parte de mulheres do que de homens, sendo que as mulheres representam 69,2% da amostra e os homens apenas 30,8%, como se pode observar na Figura03. Em relação à idade, os resultados apontam que houve maior resposta por parte de estudantes com idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos, isto é, 37% da amostra correspondente a 191 respostas, como mostra na Figura04. De acordo com o gráfico de frequências, 23,3% das pessoas têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos, 17,1% correspondem a idades compreendidas entre os 25 anos e os 30 anos, 10,5% correspondem a pessoas com mais de 40 anos, 6,6% correspondem a pessoas com idades compreendidas entre os 35 e os 40 anos e somente 5,6% é representado por pessoas de idades entre 31 anos e 35 anos. (Ver Anexo 05)

1- Género					
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Feminino	357	69,2	69,2	69,2
	Masculino	159	30,8	30,8	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

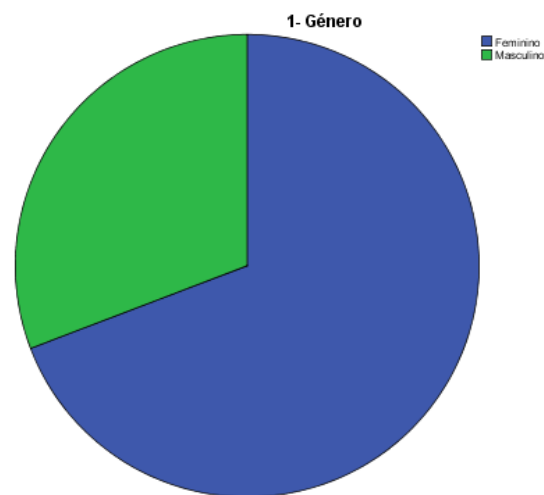


Figura 3 – Gráfico de Frequências (P01 – Género)

2- Idade					
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	+ 40 anos	54	10,5	10,5	10,5
	17 - 20 anos	120	23,3	23,3	33,7
	21 - 24 anos	191	37,0	37,0	70,7
	25 - 30 anos	88	17,1	17,1	87,8
	31 - 35 anos	29	5,6	5,6	93,4
	35 - 40 anos	34	6,6	6,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

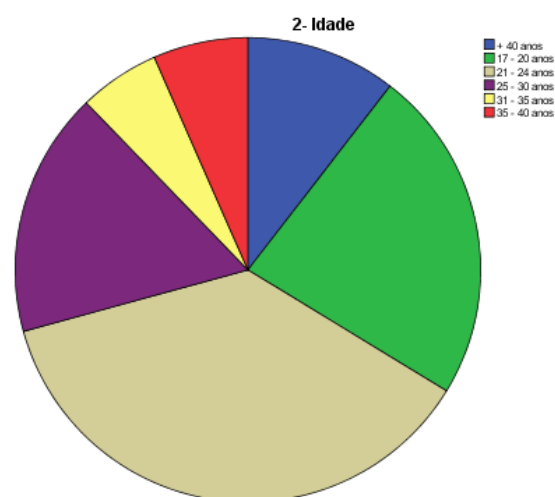


Figura 4 – Gráfico de Frequências (P02 - Idade)

Em relação à área de estudo, a amostra aponta que houve maior resposta por parte de estudantes da área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito, esta área de estudo representa 28,9% da amostra; a segunda área de estudo que mais se destacou foi a de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção, contando com 17,1%; a terceira área foi a de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas, representando 13% dos inquiridos, e a quarta área de estudo foi a de Artes e Humanidades, representando 12% da amostra, como apresentado na Figura05 e Figura06.

O grau académico de destaque principal foi o da Licenciatura, que contou com 283 dos 516 estudantes inquiridos; em segundo destaque os estudantes de Mestrado não-integrado, contando com 160 dos inquiridos, e por terceiro destaque o grau de Doutoramento, que contou com 63 estudantes, como mostra a Figura07 e Figura08. (Ver Anexo 05)

3- Área de Estudo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	13	2,5	2,5	2,5
	arquitectura paisagista	1	,2	,2	2,7
	Arquitectura Paisagista	1	,2	,2	2,9
	Artes e Humanidades	62	12,0	12,0	14,9
	Biologia	2	,4	,4	15,3
	Bioquímica	1	,2	,2	15,5
	Biotecnologia	1	,2	,2	15,7
	Ciências da Ecologia e Paisagem	1	,2	,2	15,9
	ciências da educação	1	,2	,2	16,1
	Ciências da Educação	1	,2	,2	16,3
	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	37	7,2	7,2	23,4
	Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	67	13,0	13,0	36,4
	Ciências Políticas	2	,4	,4	36,8
	Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	149	28,9	28,9	65,7
	Design	4	,8	,8	66,5
	Design Multimedia	1	,2	,2	66,7
	Direito	1	,2	,2	66,9
	economia	1	,2	,2	67,1
	Economia	3	,6	,6	67,6
	Educação	2	,4	,4	68,0
	Educação básica	1	,2	,2	68,2
	Educação Física e Desporto	2	,4	,4	68,6
	Enfermagem	3	,6	,6	69,2

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	88	17,1	17,1	86,2
Ensino Especial	1	,2	,2	86,4
Financeira	1	,2	,2	86,6
Game Design	1	,2	,2	86,8
gestao	1	,2	,2	89,5
gestão	2	,4	,4	87,2
Gestão	11	2,1	2,1	89,3
gestão da qualidade	1	,2	,2	89,7
Gestão do Património Cultural	1	,2	,2	89,9
História	1	,2	,2	90,1
Informatica	1	,2	,2	90,3
Línguas	1	,2	,2	90,5
Línguas e Relações Empresariais	1	,2	,2	90,7
Marketing	4	,8	,8	91,5
Medicina	1	,2	,2	91,7
Museologia	1	,2	,2	91,9
Negócios Internacionais	1	,2	,2	92,1
Pedagogia	17	3,3	3,3	95,3
Psicologia	2	,4	,4	95,7
Psicologia Clínica	1	,2	,2	95,9
Relações Internacionais	1	,2	,2	96,1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	19	3,7	3,7	99,8
Sociologia da saúde	1	,2	,2	100,0
Total	516	100,0	100,0	

Figura 5 - Tabela de Frequências (P03 - Área de Estudo)

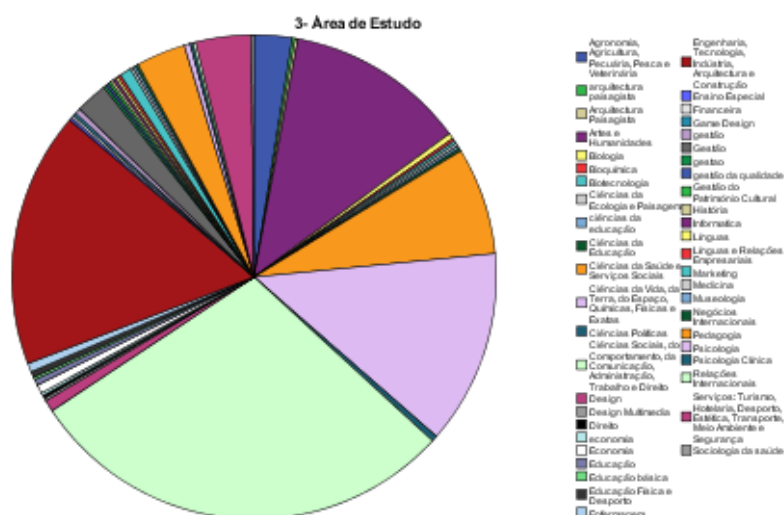


Figura 6 - Gráfico de Frequências (P03 - Área de Estudo)

4- Grau Académico no qual é aluno

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	2ºano da licenciatura	1	,2	,2	,2
	5º ano do Mestrado Integrado	1	,2	,2	,4
	CTESP	1	,2	,2	,6
	curso de especialização tecnológica	1	,2	,2	,8
	Doutoramento	63	12,2	12,2	13,0
	Licenciatura	282	54,7	54,7	67,6
	Mestrado	160	31,0	31,0	98,6
	Mestrado integrado	1	,2	,2	98,8
	Mestrado Integrado	4	,8	,8	99,6
	pos Doutoramento	1	,2	,2	99,8
	TESP	1	,2	,2	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

Figura 7 - Tabela de Frequências (P04 - Grau Académico)



Figura 8 - Gráfico de Frequências (P04 - Grau Académico)

Quanto à Universidade com maior número de respostas ao questionário, destacou-se a Universidade de Évora, representada com 40,3% da amostra; em segundo a Universidade de Aveiro, com 26,2%; em terceiro, a Universidade da Madeira, com 16,7% dos inquiridos; em quarto a Universidade do Minho, com 10,3%, e em quinto, com 4,1%, a Universidade da Beira Interior, como mostra na Figura09 e Figura10.

Em relação ao horário de preferência pelos estudantes inquiridos, denotou-se que 60,9% dos estudantes universitários está sempre conectado, isto é. A tarde e a noite são o segundo horário de eleição pelos estudantes portugueses, contando com 12,4% dos inquiridos, como mostra a Figura11 e Figura12. (Ver Anexo 05)

5- Seleccione a Universidade em que é estudante					
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	,2	,2	,2
	Universidade da Beira Interior	21	4,1	4,1	4,3
	Universidade da Madeira	86	16,7	16,7	20,9
	Universidade de Aveiro	135	26,2	26,2	47,1
	Universidade de Coimbra	3	,6	,6	47,7
	Universidade de Évora	208	40,3	40,3	88,0
	Universidade de Lisboa	4	,8	,8	88,8
	Universidade do Algarve	2	,4	,4	89,1
	Universidade do Minho	53	10,3	10,3	99,4
	Universidade do Porto	1	,2	,2	99,6
	Universidade dos Açores	1	,2	,2	99,8
	Universidade Nova de Lisboa	1	,2	,2	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

Figura 9 – Tabela de Frequências (P05 - Universidade)



Figura 10 - Gráfico de Frequências (P05 - Universidade)

9- Em que horário costuma aceder à internet?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Manhã	4	,8	,8	,8
	Manhã, Noite	9	1,7	1,7	2,5
	Manhã, Tarde	17	3,3	3,3	5,8
	Manhã, Tarde, Noite	55	10,7	10,7	16,5
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	6	1,2	1,2	17,6
	Noite	25	4,8	4,8	22,5
	Noite, Sempre Ligado	1	,2	,2	22,7
	Sempre Ligado	314	60,9	60,9	83,5
	Tarde	21	4,1	4,1	87,6
	Tarde, Noite	64	12,4	12,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

Figura 11 - Tabela de Frequências (P09 - Horário)

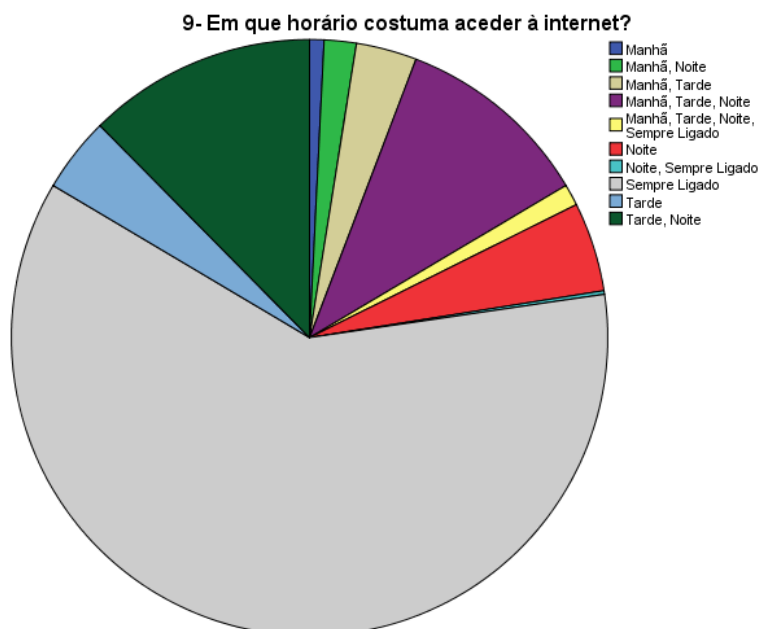


Figura 12 - Gráfico de Frequências (P09 - Horário)

A seguinte análise realizada foi a de frequência, apresentada por uma tabela construída pela relação entre a Pergunta 09 (Horário *online*) e a Pergunta 10 (intensidade online diária) com as variáveis de Género, Idade, Área de Estudos, Grau Académico e Universidade.

Como se pode observar na Figura 13, na Figura14 e na Figura15, as pessoas do género feminino têm tendência a estar sempre ligadas à Internet, sendo que as mulheres com idades compreendidas entre os 21 e os 24 anos representam 42,9% ; 25,3% têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos; 13,8% têm idades compreendidas entre os 25 anos e os 30 anos; 7,8% têm mais de 40 anos; 6% têm idades compreendidas entre os 31 anos e os 35 anos, e apenas 4,1% têm idades compreendidas entre os 31 anos e os 35 anos. Quanto aos homens, os hábitos revelam algumas semelhanças em relação aos das mulheres, sendo que 26,8% dos homens inquiridos têm idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos; 20,6 % são representados por homens com idades entre os 25 anos e os 30 anos; 16,5% homens com idades superiores a 40 anos; 15,5% com idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos; 12,4% representam idades entre os 31 anos e os 35 anos, e apenas 8,2% são representados por homens com idades entre os 35 anos e os 40 anos. (Ver as tabelas completas no Anexo 06)

1- Género	9- Em que horário costuma aceder à internet?			Frequência	Porcentagem
Feminino	Manhã	Válido	35 - 40 anos	1	100,0
			17 - 20 anos	3	50,0
			21 - 24 anos	1	16,7
			25 - 30 anos	2	33,3
			Total	6	100,0
	Manhã, Tarde	Válido	+ 40 anos	1	9,1
			17 - 20 anos	1	9,1
			21 - 24 anos	6	54,5
			25 - 30 anos	1	9,1
			31 - 35 anos	1	9,1
			35 - 40 anos	1	9,1
			Total	11	100,0
	Manhã, Tarde, Noite	Válido	+ 40 anos	2	5,4
			17 - 20 anos	8	21,6
			21 - 24 anos	12	32,4
			25 - 30 anos	11	29,7
			31 - 35 anos	2	5,4
			35 - 40 anos	2	5,4
			Total	37	100,0
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	21 - 24 anos	1	50,0
			25 - 30 anos	1	50,0
			Total	2	100,0
	Noite	Válido	+ 40 anos	6	40,0
			17 - 20 anos	4	26,7
			21 - 24 anos	4	26,7
			25 - 30 anos	1	6,7
			Total	15	100,0
	Sempre Ligado	Válido	+ 40 anos	17	7,8
			17 - 20 anos	55	25,3
			21 - 24 anos	93	42,9
			25 - 30 anos	30	13,8
			31 - 35 anos	9	4,1
			35 - 40 anos	13	6,0
			Total	217	100,0
	Tarde	Válido	+ 40 anos	2	11,8
			17 - 20 anos	10	58,8

Figura 13 - Tabela de Frequências (P01/P09/P02 – Feminino)

1- Género	9- Em que horário costuma aceder à internet?		Frequência	Porcentagem				
	Tarde, Noite	Válido	21 - 24 anos	4	23,5			
			25 - 30 anos	1	5,9			
			Total	17	100,0			
			17 - 20 anos	19	37,3			
			21 - 24 anos	24	47,1			
			25 - 30 anos	7	13,7			
			31 - 35 anos	1	2,0			
			Total	51	100,0			
			Masculino	Manhã	Válido	+ 40 anos	1	33,3
						25 - 30 anos	2	66,7
Total	3	100,0						
Manhã, Noite	Válido	21 - 24 anos		1	33,3			
		25 - 30 anos		2	66,7			
		Total		3	100,0			
Manhã, Tarde	Válido	+ 40 anos		2	33,3			
		21 - 24 anos		1	16,7			
		31 - 35 anos		1	16,7			
		35 - 40 anos		2	33,3			
		Total	6	100,0				
Manhã, Tarde, Noite	Válido	+ 40 anos	6	33,3				
		21 - 24 anos	3	16,7				
		25 - 30 anos	5	27,8				
		31 - 35 anos	2	11,1				
		35 - 40 anos	2	11,1				
Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	21 - 24 anos	2	50,0				
		25 - 30 anos	2	50,0				
		Total	4	100,0				
Noite	Válido	+ 40 anos	1	10,0				
		17 - 20 anos	1	10,0				
		21 - 24 anos	1	10,0				
		25 - 30 anos	2	20,0				
		31 - 35 anos	1	10,0				
		35 - 40 anos	4	40,0				
		Total	10	100,0				
Noite, Sempre Ligado	Válido	35 - 40 anos	1	100,0				
Sempre Ligado	Válido	+ 40 anos	16	16,5				
		17 - 20 anos	15	15,5				

Figura 14 - Tabela de Frequências (P01/P09/P02 – Feminino/Masculino)

1- Género	9- Em que horário costuma aceder à internet?		Frequência	Porcentagem	
		Válido	21 - 24 anos	26	26,8
			25 - 30 anos	20	20,6
			31 - 35 anos	12	12,4
			35 - 40 anos	8	8,2
			Total	97	100,0
	Tarde	Válido	17 - 20 anos	2	50,0
			21 - 24 anos	2	50,0
			Total	4	100,0
	Tarde, Noite	Válido	17 - 20 anos	2	15,4
			21 - 24 anos	10	76,9
			25 - 30 anos	1	7,7
			Total	13	100,0

Figura 15 - Tabela de Frequências (P01/P09/P02 – Masculino)

Observando a Figura16, a Figura17 e a Figura18, 30% das mulheres inquiridas dos estudantes inquiridos do género feminino, que têm o hábito de estar sempre ligados à Internet, fazem parte da área de Ciências Sociais do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito. O segundo destaque é na área de Artes e Humanidades que é representada com 13,8%; a terceira área de estudo a denotar é a área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção que conta com 12%; a quarta área a ser apontada é a área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas, que aponta como sendo 11,5%.

Quanto aos alunos do género masculino que têm o hábito de estar sempre ligados à Internet, a maioria deles faz parte da área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção, correspondendo a 36,1% dos homens inquiridos. Outros 29,9% dos alunos do género masculino inquiridos pertencem à área de Ciências Sociais do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito, e ainda 14,4% dos inquiridos estudam na área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas. (Ver as tabelas completas no Anexo 06)

1- Género	9- Em que horário costuma aceder à Internet?	3- Área de Estudo	Estatísticas			
			Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
		Pedagogia	3	20,0	20,0	100,0
		Total	15	100,0	100,0	
	Sempre Ligado	Válido				
		Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	4	1,8	1,8	1,8
		Arquitectura Paisagista	1	,5	,5	2,3
		Artes e Humanidades	30	13,8	13,8	16,1
		Biologia	2	,9	,9	17,1
		Biotecnologia	1	,5	,5	17,5
		Ciências da Ecologia e Paisagem	1	,5	,5	18,0
		ciências da educação	1	,5	,5	18,4
		Ciências da Saúde e Serviços Sociais	19	8,8	8,8	27,2
		Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	25	11,5	11,5	38,7
		Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	65	30,0	30,0	68,7
		Design	3	1,4	1,4	70,0
		Design Multimedia	1	,5	,5	70,5
		economia	1	,5	,5	71,0
		Educação	1	,5	,5	71,4
		Educação básica	1	,5	,5	71,9

Figura 16 - Tabela de Frequências (P01/P09/P03 – Feminino 01)

1- Género	9- Em que horário costuma aceder à internet?	3- Área de Estudo	Estatísticas			
			Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
		Educação	1	,5	,5	71,4
		Educação básica	1	,5	,5	71,9
		Enfermagem	2	,9	,9	72,8
		Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	26	12,0	12,0	84,8
		Financeira	1	,5	,5	85,3
		gestao	1	,5	,5	88,5
		gestão	1	,5	,5	85,7
		Gestão	5	2,3	2,3	88,0
		História	1	,5	,5	88,9
		Informatica	1	,5	,5	89,4
		Línguas e Relações Empresariais	1	,5	,5	89,9
		Marketing	3	1,4	1,4	91,2
		Museologia	1	,5	,5	91,7
		Negócios Internacionais	1	,5	,5	92,2
		Pedagogia	6	2,8	2,8	94,9
		Psicologia	1	,5	,5	95,4
		Psicologia Clínica	1	,5	,5	95,9
		Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	9	4,1	4,1	100,0
		Total	217	100,0	100,0	
	Tarda	Válido	Artes e Humanidades	1	5,0	5,0

Figura 17 - Tabela de Frequências (P01/P09/P03 – Feminino 02)

3- Área de Estudo							
1- Género	9- Em que horário costuma aceder à internet?	3- Área de Estudo	Estatísticas				
			Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa	
	Sempre Ligado	Válido	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	3	3,1	3,1	3,1
			Artes e Humanidades	3	3,1	3,1	6,2
			Ciências da Saúde e Serviços Sociais	1	1,0	1,0	7,2
			Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	14	14,4	14,4	21,6
			Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	29	29,9	29,9	51,5
			Educação	1	1,0	1,0	52,6
			Educação Física e Desporto	1	1,0	1,0	53,6
			Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	35	36,1	36,1	89,7
			Gestão	2	2,1	2,1	91,8
			Marketing	1	1,0	1,0	92,8
			Pedagogia	2	2,1	2,1	94,8
			Relações Internacionais	1	1,0	1,0	95,9
			Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	4	4,1	4,1	100,0
			Total	97	100,0	100,0	

Figura 18 - Tabela de Frequências (P01/P09/P03 - Masculino)

Tendo em consideração a Figura19 e a Figura20, os estudantes do género feminino que têm por hábito estar sempre ligados à Internet são de diferentes graus académicos, grande parte possui o grau de Licenciatura, isto é, 125 mulheres estudantes que participaram no questionário. O segundo grau académico a apontar é o grau de Mestrado não-integrado que conta com 65 estudantes e o terceiro grau académico de destaque é o grau de Doutoramento representado por 24 pessoas.

Em relação aos estudantes do género masculino com o mesmo hábito de estar sempre ligados à Internet, 47,4% dos inquiridos estudam na Licenciatura; 30,9% estudam no Mestrado não-integrado e o terceiro grau académico a apontar é o de Doutoramento que conta com 18,6% dos inquiridos (Ver tabelas completas no Anexo 06).

1- Género	9- Em que horário costuma aceder à internet?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
	Sempre Ligado	Válido	2ºano da licenciatura	1	,5	,5
			Doutoramento	24	11,1	11,5
			Licenciatura	124	57,1	68,7
			Mestrado	65	30,0	98,6
			Mestrado integrado	1	,5	99,1
			Mestrado Integrado	2	,9	100,0
			Total	217	100,0	100,0

Figura 19 - Tabela de Frequências (P01/P09/P04 - Feminino)

Sempre Ligado	Válido	5º ano do Mestrado Integrado	1	1,0	1,0	1,0
		curso de especialização tecnológica	1	1,0	1,0	2,1
		Doutoramento	18	18,6	18,6	20,6
		Licenciatura	46	47,4	47,4	68,0
		Mestrado	30	30,9	30,9	99,0
		TESP	1	1,0	1,0	100,0
		Total	97	100,0	100,0	

Figura 20 - Tabela de Frequências (P01/P09/P04 – Masculino)

Em relação à Figura21 e Figura22, grande parte dos estudantes do género feminino inquiridos, que têm o hábito de estar sempre ligados à Internet, estuda na Universidade de Évora, contando com uma percentagem de 40,1%; em segundo lugar no inquérito é a Universidade de Aveiro, representada com 29,5% das estudantes, e em terceiro destaque está a Universidade da Madeira que conta com 13,4% das inquiridas.

Quanto aos alunos do género masculino inquiridos, a maior percentagem reside na Universidade de Évora, que conta com 42,3%; em segundo destaque está a Universidade da Madeira, que é representada com 21,6% dos inquiridos, e em terceiro lugar de destaque está a Universidade de Aveiro, que conta com 19,6% dos estudantes (ver tabelas completas no Anexo 06).

1- Género	9- Em que horário costuma aceder à internet?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
	Sempre Ligado	Válido	Universidade da Beira Interior	8	3,7	3,7
			Universidade da Madeira	29	13,4	17,1
			Universidade de Aveiro	64	29,5	46,5
			Universidade de Évora	87	40,1	86,6
			Universidade de Lisboa	3	1,4	88,0
			Universidade do Algarve	1	,5	88,5
			Universidade do Minho	24	11,1	99,5
			Universidade do Porto	1	,5	100,0
			Total	217	100,0	

Figura 21 - Tabela de Frequências (P01/P09/P05 – Feminino)

	Sempre Ligado	Válido	Universidade da Beira Interior	3	3,1	3,1	3,1
			Universidade da Madeira	21	21,6	21,6	24,7
			Universidade de Aveiro	19	19,6	19,6	44,3
			Universidade de Coimbra	1	1,0	1,0	45,4
			Universidade de Évora	41	42,3	42,3	87,6
			Universidade do Minho	12	12,4	12,4	100,0
			Total	97	100,0	100,0	

Figura 22 - Tabela de Frequências (P01/P09/P05 – Masculino)

Observando a Figura23 e a Figura24, grande parte dos estudantes do género feminino passa mais de oito horas diárias *online*, o que representa 41% das mulheres inquiridas; o segundo destaque a apontar é a duração entre seis e oito horas *online* que conta com 28,1%, e o terceiro destaque é a duração entre três horas e seis horas *online* que é representada por 25,3% das mulheres inquiridas.

Em relação ao género masculino 48,5% dos estudantes passa mais de oito horas por dia na Internet; em segundo e terceiro lugar está a duração entre seis e oito horas por dia na Internet, e ainda a duração entre três e seis horas *online* por dia, ambas representadas com 23,7% dos inquiridos (Ver tabelas completas no Anexo 06).

1- Género	9- Em que horário costuma aceder à internet?			Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
	Sempre Ligado	Válido	Entre seis horas e oito horas	61	28,1	28,1	28,1
			Entre três horas e seis horas	55	25,3	25,3	53,5
			Entre uma e três horas	11	5,1	5,1	58,5
			Mais de oito horas	89	41,0	41,0	99,5
			Menos de uma hora	1	,5	,5	100,0
			Total	217	100,0	100,0	

Figura 23 - Tabela de Frequências (P01/P09/P10 – Feminino)

	Sempre Ligado	Válido	Entre seis horas e oito horas	23	23,7	23,7	23,7
			Entre três horas e seis horas	23	23,7	23,7	47,4
			Entre uma e três horas	4	4,1	4,1	51,5
			Mais de oito horas	47	48,5	48,5	100,0
			Total	97	100,0	100,0	

Figura 24 - Tabela de Frequências (P01/P09/P10 – Masculino)

Na seguinte análise, utilizou-se a técnica “tabelas de referência cruzada”, relacionando então a Pergunta 09 do questionário (variável horário de preferência do aluno) com a Pergunta 07 (variável dispositivos que os estudantes utilizam e intensidade), obtendo-se os seguintes resultados. Como se pode observar na Figura25, 140 dos estudantes inquiridos que têm por hábito estar sempre ligados à Internet, não têm um computador fixo para aceder à Internet, 47 destes estudantes não usam este tipo de dispositivo, 41 estudantes raramente usam este dispositivo, 27 estudantes que têm este mesmo hábito usam em permanência/sempre este tipo de dispositivo para aceder à Internet, 14 estudantes usam este dispositivo frequentemente, 12 estudantes utilizam muito este dispositivo e 33 estudantes com este hábito usam pontualmente este tipo de dispositivo.

De acordo com a Figura26, 208 estudantes que têm por hábito estar sempre ligados usam o computador portátil em permanência/sempre para aceder à Internet, 74 estudantes inquiridos usam muito este dispositivo, 17 estudantes usam frequentemente o computador portátil para aceder à Internet, apenas 6 estudantes usam pontualmente este dispositivo, 4 estudantes raramente usam, 3 estudantes não usam o computador portátil para aceder à Internet e apenas 2 estudantes não têm este tipo de dispositivo (Ver Anexo 06).

		7- [Computador Fixo (secretária)]							Total
		Não tenho este tipo de dispositivo	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	2	0	0	0	0	1	1	4
	Manhã, Noite	5	2	1	0	0	0	1	9
	Manhã, Tarde	3	4	3	1	2	1	3	17
	Manhã, Tarde, Noite	18	10	4	6	5	4	8	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	1	2	0	2	0	0	1	6
	Noite	10	2	6	3	0	2	2	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	0	0	1	1
	Sempre Ligado	140	47	41	27	14	12	33	314
	Tarde	10	2	2	0	3	2	2	21
	Tarde, Noite	40	6	9	3	3	2	1	64
Total		229	75	66	42	27	24	53	516

Figura 25 - Tabela de referência cruzada (P07/P09 - Parte 01)

		7- [Computador Portátil]							Total
		Não tenho este tipo de dispositivo	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	0	0	3	0	0	0	4
	Manhã, Noite	0	0	0	4	0	4	1	9
	Manhã, Tarde	0	0	0	10	2	5	0	17
	Manhã, Tarde, Noite	0	1	0	29	6	14	5	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	0	1	2	1	2	0	6
	Noite	0	0	0	14	1	10	0	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	0	1	0	1
	Sempre Ligado	2	3	4	208	17	74	6	314
	Tarde	2	0	0	10	5	3	1	21
	Tarde, Noite	0	0	1	36	12	14	1	64
Total		5	4	6	316	44	127	14	516

Figura 26 - Tabela de referência cruzada (P07/P09 - Parte 02)

Observando a Figura27, 195 estudantes que estão sempre ligados à Internet usam em permanência/sempre o *smartphone* para aceder à Internet, 45 estudantes usam muito este tipo de dispositivo, 32 estudantes inquiridos usam frequentemente o *smartphone*, 14 estudantes não possuem este tipo de dispositivo, 11 estudantes não usam, 11 estudantes usam pontualmente o *smartphone* e apenas 6 dos estudantes inquiridos raramente usam este tipo de dispositivo para aceder à Internet.

Tendo em consideração a Figura28, pode-se observar que 106 estudantes inquiridos que têm por hábito estarem sempre *online* não têm *tablet* para aceder à Internet, 42 estudantes não utilizam este tipo de dispositivo para aceder à Internet, 41 estudantes usam em permanência/sempre o *tablet* para ter acesso à Internet, 39 estudantes usam muito este tipo de dispositivo, 34 estudantes usam pontualmente, 29 estudantes raramente utilizam o *tablet* para aceder à Internet e apenas 23 estudantes usam frequentemente este tipo de dispositivo (Ver Anexo 06).

		Não tenho este tipo de dispositivo	Não uso	Raramente uso	7- [Smartphone] Uso em permanência/sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	0	1	0	0	2	0	4
	Manhã, Noite	1	0	0	4	1	2	1	9
	Manhã, Tarde	2	1	2	6	1	4	1	17
	Manhã, Tarde, Noite	5	6	1	19	5	14	5	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	1	0	2	1	2	0	6
	Noite	1	2	0	10	3	7	2	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	1	0	0	0	1
	Sempre Ligado	14	11	6	195	32	45	11	314
	Tarde	3	1	1	6	2	5	3	21
	Tarde, Noite	9	0	3	21	13	12	6	64
Total		36	22	14	264	58	93	29	516

Figura 27 - Tabela de referência cruzada (P07/P09 - Parte 03)

		Não tenho este tipo de dispositivo	Não uso	Raramente uso	7- [Tablet] Uso em permanência/sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	3	0	0	0	0	1	0	4
	Manhã, Noite	2	1	1	3	1	0	1	9
	Manhã, Tarde	5	1	0	1	2	6	2	17
	Manhã, Tarde, Noite	15	7	5	9	6	4	9	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	4	0	1	0	1	0	0	6
	Noite	4	5	3	2	3	2	6	25
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	106	42	29	41	23	39	34	314
	Tarde	6	1	1	5	2	5	1	21
	Tarde, Noite	32	8	5	4	5	4	6	64
Total		177	66	45	65	43	61	59	516

Figura 28 - Tabela de referência cruzada (P07/P09 - Parte 04)

Na seguinte análise, recorreu-se à análise de frequências da Pergunta10, sendo que em relação ao número de horas que os estudantes despendem por dia na Internet, 157 estudantes (30,4%) passa entre três e seis horas por dia na Internet; 155 estudantes (30%) inquiridos passa mais de oito horas por dia na Internet; 129 alunos (25%) passa entre seis e oito horas por dia na Internet; 71 estudantes (13,8%) passa entre uma e três horas na Internet e apenas 4 alunos (0,8%) passa menos de uma hora por dia na Internet (Ver Anexo 05).

10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Entre seis horas e oito horas	129	25,0	25,0	25,0
	Entre três horas e seis horas	157	30,4	30,4	55,4
	Entre uma e três horas	71	13,8	13,8	69,2
	Mais de oito horas	155	30,0	30,0	99,2
	Menos de uma hora	4	,8	,8	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

Figura 29 - Tabela de Frequências (P10 – Intensidade Diária)

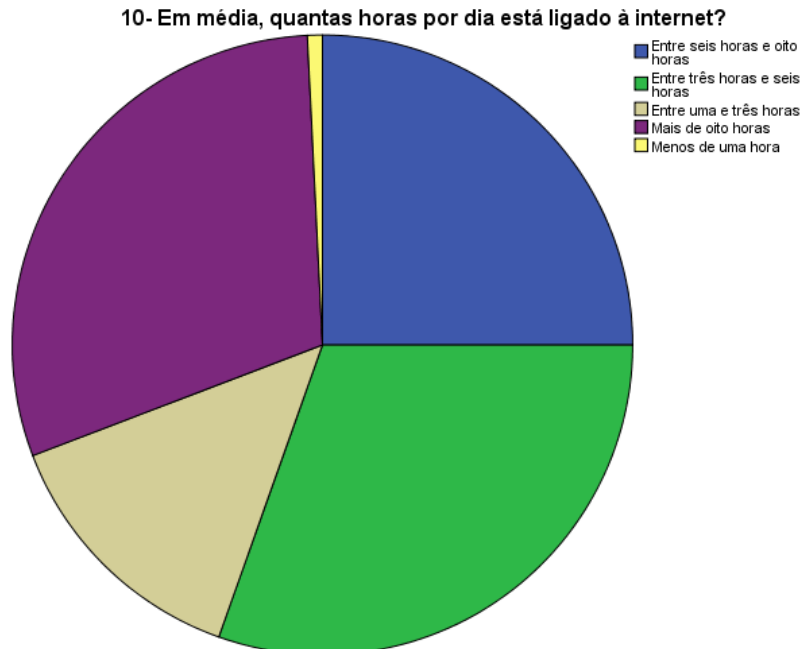


Figura 30 - Gráfico de Frequências (P10 – Intensidade Diária)

Na seguinte análise realizada foram utilizadas as tabelas cruzadas para relacionar a Pergunta06 com diferentes variáveis, tais como o género, a idade, a área de estudos, o grau académico, a Universidade a que o aluno pertence, o horário de preferência para aceder à Internet, assim como as horas diárias dispensadas para aceder à Internet (Ver anexo 07).

De acordo com as tabelas de referência cruzadas, em relação à Pergunta06 e a variável Género (Pergunta01), 237 estudantes do género feminino usam em permanência e 101 estudantes usam muito o serviço Google, enquanto 104 estudantes do género masculino usam em permanência e 36 dos estudantes inquiridos usam muito o serviço Google.

Quanto ao caso da Wikipédia, o maior número de pessoas do género feminino, isto é, 114 estudantes, usam o serviço pontualmente e 85 estudantes do mesmo género usam este serviço frequentemente, enquanto 46 estudantes do género masculino usam frequentemente este serviço e 36 usam a Wikipédia pontualmente. Observa-se que apenas 18 estudantes do género feminino usam em permanência a Wikipédia e 14 estudantes do género masculino usam em permanência este serviço.

No caso do serviço Academia.edu, denota-se que existe menor conhecimento por parte dos estudantes da existência do mesmo, sendo que 169 estudantes do género feminino apontam não conhecer o serviço, 50 estudantes não usam, 60 raramente usam, apenas 40 estudantes usam pontualmente este serviço, 27 usam frequentemente, 8 estudantes usam muito e apenas 3 estudantes usam em permanência/sempre este serviço. Quanto aos estudantes do género masculino observa-se que 64 estudantes não conhecem o serviço, 23 não usam, outros 23 estudantes raramente usam este serviço, 25 usam pontualmente, 10 usam muito, 8 usam frequentemente e apenas 6 usam sempre este serviço.

Na situação do ResearchGate observa-se também um menor conhecimento acerca deste serviço, sendo que 189 estudantes do género feminino apontam não conhecer este serviço, 45 não usam e 47 raramente usam. Enquanto 78 estudantes do género masculino dizem não conhecer este serviço, 18 usam frequentemente, 17 não usam e outros 17 estudantes raramente usam.

No caso do Facebook, denota-se diferença de usabilidade, isto é, é observável que existe maior conhecimento deste serviço por parte dos estudantes, sendo que 181 estudantes do género feminino usam este serviço em permanência/sempre, 77 estudantes do mesmo género usam muito e 54 estudantes usam frequentemente este serviço. Enquanto 53 estudantes do género masculino usam este serviço em permanência/sempre, 39 usam muito este serviço e 25 estudantes usam frequentemente.

Quanto ao Twitter, observam-se diferenças de usabilidade em relação ao Facebook, sendo que 261 estudantes do género feminino não usam este serviço apesar de terem conhecimento da existência do mesmo, 31 raramente usam e 28 estudantes do mesmo género usam pontualmente este serviço. Enquanto 100 estudantes do género masculino afirmam não usar este serviço, 25 estudantes apontam raramente usar e 12 estudantes usam pontualmente.

No caso do Tumblr existem semelhanças em comparação com a utilização do Twitter, sendo que 230 estudantes do género feminino apontam não usar este serviço e 42 estudantes

do mesmo género apontam raramente usar; enquanto que no caso dos estudantes do género masculino 104 apontam não usar este serviço e 29 estudantes afirmam não conhecer sequer este serviço.

Sobre o Instagram, observa-se que 139 estudantes do género feminino afirmam não usar este serviço e 78 estudantes do mesmo género apontam usar este serviço em permanência/sempr; enquanto 92 estudantes do género masculino afirmam não usar este serviço e 17 usam pontualmente o Instagram.

Quanto aos Jogos *Online* e *Off-line*, não existe uma diferença muito significativa, sendo que em ambos os casos a maioria dos estudantes não usa este tipo de serviços de Internet ou raramente usa este tipo de serviço como se pode observar no anexo 07.

No caso do Youtube, pode-se observar que maioria dos estudantes do género feminino, isto é, 110 estudantes usam muito este serviço, 99 dos estudantes usam em permanência e 90 dos estudantes do mesmo género usam frequentemente. Enquanto 48 estudantes do género masculino usam em permanência/sempr este serviço, 40 estudantes usam muito e 33 estudantes do mesmo género usam frequentemente este serviço.

Na situação do Vimeo, pode-se observar que 157 estudantes do género feminino não usam este tipo de serviço e 105 não têm conhecimento, enquanto no caso dos estudantes do género masculino 44 dos estudantes inquiridos não usam o serviço apesar de conhecerem, e 41 estudantes não conhecem o serviço.

Quanto ao caso do Spotify, observou-se que 134 estudantes do género feminino não dão uso a este serviço da Internet, 40 estudantes do mesmo género não conhecem o serviço e 39 das estudantes inquiridas usam muito este serviço. Enquanto 66 estudantes do género masculino não usam este serviço, 27 estudantes do mesmo género apontam não conhecer o serviço e 18 dos estudantes inquiridos raramente usam o serviço.

No caso do E-mail (correio eletrónico), 238 estudantes do género feminino usam em permanência/sempr este serviço quando navegam na Internet e 83 estudantes do mesmo género usam muito; enquanto 105 estudantes do género masculino usam em permanência/sempr este serviço e 34 dos estudantes inquiridos usam muito.

Na situação do E-bay, pode-se observar que 203 estudantes do género feminino não usam este serviço e 53 estudantes raramente usam este serviço; enquanto 77 estudantes do género masculino não usam este serviço e 26 estudantes do mesmo género raramente usam.

Quanto ao caso da Wish, observou-se que 169 estudantes do género feminino não usam este serviço e 156 não conhecem o tipo de serviço da Internet; enquanto 83 estudantes do género masculino apontam não conhecer este serviço e 60 dos estudantes inquiridos apontam não usar este serviço.

No caso do OLX, denotou-se que 182 estudantes do género feminino não usam este serviço e 95 estudantes raramente usam; enquanto 67 estudantes do género masculino apontam não usar o tipo de serviço e 34 dos estudantes afirmam raramente usar o serviço.

Na situação dos Fóruns de Discussão (exemplo: Reddit), pode-se observar que 202 estudantes do género feminino afirmam não usar este serviço e 71 estudantes do mesmo

género apontam não conhecer o tipo de serviço; enquanto 61 estudantes do género masculino apontam não usar este serviço e 27 estudantes do mesmo género afirmam raramente usar este serviço.

Quanto ao caso do Google Académico, observou-se que 72 estudantes do género feminino usam muito este serviço do Google e outros 72 estudantes do mesmo género apontam usar pontualmente este tipo de serviço. Enquanto 31 estudantes do género masculino afirmam usar pontualmente este serviço, 27 dos estudantes inquiridos afirmam usar frequentemente o serviço e outros 27 estudantes do mesmo género apontam não usar este serviço.

No caso dos serviços de Videoconferência (exemplo: Skype), 88 estudantes do género feminino apontam usar pontualmente este serviço, 81 estudantes do mesmo género apontam não usar este tipo de serviço da Internet e 69 das estudantes inquiridas apontam usar raramente este serviço. Enquanto 41 estudantes do género masculino apontam não usar este serviço, 37 estudantes do mesmo género usam pontualmente este serviço e 32 estudantes apontam raramente usar este tipo de serviço de videoconferência.

Na situação dos serviços de Chat Online, como o Messenger do Facebook, 131 estudantes do género feminino apontam usar estes serviços em permanência/sempre, 94 estudantes usam muito e 51 estudantes do mesmo género usam frequentemente estes serviços de Chat online. Quanto aos estudantes do género masculino, 35 estudantes usam em permanência/sempre estes serviços de Chat, 28 estudantes usam muito e outros 28 estudantes do mesmo género usam frequentemente estes serviços.

Quanto às aplicações de Chat (conversa) como o WWhatsApp, Line App e o Viber, denota-se que 114 estudantes do género feminino não usam este tipo de serviço, 63 estudantes usam muito e 59 estudantes do mesmo género usam em permanência/sempre. Quanto aos estudantes do género masculino, 54 estudantes não usam este serviço, 24 estudantes usam muito e 20 estudantes do mesmo género usam em permanência/sempre este serviço de Internet.

Tendo em consideração as tabelas de referência cruzadas, em relação à Pergunta06 e a variável Idade (Pergunta02), pode-se observar que no caso específico do Google, 126 estudantes usam este serviço em permanência/sempre e pertencem a idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos, 80 estudantes têm idades entre os 17 anos e os 20 anos, enquanto outros 59 estudantes têm idades compreendidas entre os 25 anos e os 30 anos.

No caso da Wikipédia, denota-se que 59 estudantes que usam pontualmente este serviço têm idades entre os 21 anos e os 24 anos, 53 estudantes que usam frequentemente este serviço também têm idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos, 34 estudantes que raramente usam este serviço têm também idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 33 estudantes têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

Na situação do Academia.edu, 97 estudantes que afirmam não conhecer este serviço de Internet têm idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 82 estudantes têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

Quanto ao ResearchGate, 104 estudantes que dizem não conhecer este serviço têm idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 82 estudantes têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

No caso do Facebook, 99 estudantes que usam em permanência este serviço têm idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 59 estudantes têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

Na situação do Twitter, como se pode observar, 141 estudantes que afirmam não usar este serviço apresentam idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 83 estudantes têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

Quanto ao Tumblr, denota-se que 130 estudantes que afirmam não usar este serviço têm idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 71 estudantes apresentam idades entre os 17 anos e os 20 anos.

No caso do Instagram, 79 estudantes que apontam não usar este tipo de serviço têm idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 39 estudantes apresentam idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

Na situação dos jogos *online*, observou-se que 85 dos estudantes que afirmam não usar este serviço de Internet apresentam idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 49 estudantes têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

Quanto aos jogos *Off-line (download)*, denota-se que 84 estudantes que apontam não usar este serviço apresentam idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 51 estudantes têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

No caso do Youtube, 68 estudantes que apontam usar muito este serviço de Internet têm idades entre os 21 anos e os 24 anos, 58 estudantes que afirmam usar este serviço em permanência/sempre também apresentam idades entre os 21 anos e os 24 anos, 46 estudantes que apontam usar frequentemente este serviço também têm idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 45 estudantes que apontam usar sempre este serviço apresentam idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

Na situação do Vimeo, observa-se que 87 estudantes que afirmam não usar este serviço apresentam idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 54 estudantes apresentam idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

Quanto ao Spotify, denotou-se que 71 estudantes que apontam não usar este serviço têm idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 43 estudantes apresentam idades entre os 17 anos e os 20 anos.

No caso do E-mail (correio eletrónico), 121 estudantes que apontam usar em permanência/sempre este serviço apresentam idades entre os 21 anos e os 24 anos, 66 estudantes apresentam idades compreendidas entre os 25 anos e os 30 anos, enquanto outros 63 estudantes têm idades entre os 17 anos e os 20 anos.

Na situação do E-bay, pode-se observar que 102 estudantes que apontam não usar este serviço apresentam idades entre os 21 anos e os 24 anos, 72 estudantes apresentam idades

compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos, enquanto outros 48 estudantes apresentam idades entre os 25 anos e os 30 anos.

Quanto à Wish, 91 estudantes que afirmam não usar este serviço têm idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos, 86 estudantes idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 60 estudantes têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

No caso do OLX, pode-se observar que 95 estudantes que afirmam não usar este serviço apresentam idades entre os 21 anos e os 24 anos, 72 estudantes têm idades entre os 17 anos e os 20 anos; enquanto outros 46 estudantes apontam que raramente usam o serviço e apresentam idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos.

Na situação dos serviços de Fórum de discussão como o Reddit, observa-se que 101 estudantes que afirmam não usar este serviço de Internet têm idades entre os 21 anos e os 24 anos, 67 estudantes têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos, enquanto outros 40 estudantes apresentam idades entre os 25 anos e os 30 anos.

Quanto ao Google Académico, é de notar que 44 estudantes que apontam usar este serviço pontualmente apresentam idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos; 43 estudantes que afirmam usar muito este serviço também apresentam idades entre os 21 anos e os 24 anos; 33 estudantes que apontam usar frequentemente este serviço também têm idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos; enquanto outros 26 estudantes que apontam não usar este serviço apresentam idades entre os 17 anos e os 20 anos; e ainda outros 26 estudantes que apontam não conhecer este serviço também têm idades entre os 17 anos e os 20 anos.

No caso dos serviços de Videoconferência, como por exemplo o Skype, observa-se que 51 estudantes que apontam usar pontualmente este serviço têm idades entre os 21 anos e os 24 anos; 43 estudantes que afirmam não usar este serviço também apresentam idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos; 39 estudantes que apontam raramente usar este serviço também têm idades entre os 21 anos e os 24 anos; enquanto outros 39 estudantes que apontam não usar o serviço têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

Na situação dos Chat Online, como o Facebook Messenger, 76 estudantes que apontam usar em permanência/sempre este serviço, apresentam ter idades entre os 21 anos e os 24 anos; 53 estudantes que apontam usar muito este serviço também têm idades entre os 21 anos e os 24 anos; enquanto outros 47 estudantes que apontam usar este serviço em permanência/sempre têm idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos.

Quanto às aplicações de Chat como o Viber, o Line App e o WhatsApp, pode-se denotar que 63 estudantes que afirmam não usar este serviço apresentam idades entre os 21 anos e os 24 anos, enquanto outros 50 estudantes têm idades entre os 17 anos e os 20 anos.

Tendo em conta as tabelas de referência cruzadas, em relação à Pergunta06 e a variável Área de Estudo (Pergunta03), pode-se observar que, no caso do Google os estudantes que têm tendência em usar em permanência/ sempre ou simplesmente usar muito este serviço da Internet pertencem em maioria às seguintes áreas de estudo: Área de Ciências Sociais, do

Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito (95 usam sempre e 37 usam muito); Área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção (67 usam sempre e 20 usam muito); Área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas (46 usam sempre e 14 usam muito), e ainda a área de Artes e Humanidades (41 usam sempre e 16 usam muito).

Na situação da Wikipédia, os estudantes que têm tendência a usar pontualmente este serviço ou a usar frequentemente este serviço pertencem em maioria às seguintes áreas de estudo: Área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito (38 usam pontualmente e 32 usam frequentemente); Área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção (22 usam pontualmente e 30 usam frequentemente); Área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas (22 usam pontualmente e 18 usam frequentemente), e ainda a área de Artes e Humanidades (19 usam pontualmente e 17 usam frequentemente).

No caso da Academia.edu, os estudantes que têm tendência a não conhecer este serviço, a não usar ou a raramente usar este serviço, pertencem à área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito, à área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção, à área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas e ainda à área de Artes e Humanidades, assim como no caso do Researchgate, Twitter Tumblr, Instagram, Jogos *Online*, Jogos *Off-line*, Vimeo, Spotify, E-bay, Wish, OLX, Fóruns de Discussão e as aplicações de Chat (Viber, WhatsApp, Line App).

Quanto ao caso do Facebook, os estudantes que têm tendência a usar em permanência/sempre ou a usar muito este serviço, pertencem maioritariamente a áreas de estudo como Área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito (70 usam sempre e 28 usam muito); Área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção (32 usam sempre e 30 usam muito); Área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas (28 usam sempre e 17 usam muito), e ainda a área de Artes e Humanidades (32 usam sempre e 11 usam muito).

Na situação do Youtube, os estudantes que têm tendência a usar muito, sempre ou frequentemente este serviço, pertencem a grande parte a áreas de estudo como a Área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito (43 usam muito, 38 usam sempre e 38 usam frequentemente); Área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção (28 usam muito, 28 usam sempre e 22 usam frequentemente); Área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas (20 usam muito, 18 usam sempre e 17 usam frequentemente), e ainda a área de Artes e Humanidades (18 usam muito, 24 usam sempre e 15 usam frequentemente).

No caso do E-mail (correio eletrónico), os estudantes que têm tendência a usar em permanência/sempre ou a usar muito este serviço, pertencem maioritariamente a áreas de estudo como a Área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito (102 usam sempre e 36 usam muito); Área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção (58 usam sempre e 23 usam muito); Área de Ciências da

Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas (45 usam sempre e 9 usam muito), e ainda a área de Artes e Humanidades (41 usam sempre e 15 usam muito).

Quanto ao Google Académico, os estudantes que têm tendência a usar pontualmente, a usar frequentemente ou a usar muito este serviço, pertencem maioritariamente a áreas de estudo como a Área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito (28 usam pontualmente, 27 usam frequentemente e 25 usam muito); Área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção (18 usam pontualmente, 14 usam frequentemente e 12 usam muito); Área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas (13 usam pontualmente, 13 usam frequentemente e 20 usam muito), e ainda a área de Artes e Humanidades (10 usam pontualmente, 13 usam frequentemente e 6 usam muito).

Na situação dos serviços de Videoconferência, como o Skype, os estudantes que têm tendência a usar pontualmente, a não usar ou a raramente usar este serviço, pertencem grande parte a áreas de estudo como a Área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito (30 usam pontualmente, 37 não usam e 33 raramente usam); Área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção (26 usam pontualmente, 20 não usam e 12 raramente usam); Área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas (14 usam pontualmente, 20 não usam e 5 raramente usam), e ainda a área de Artes e Humanidades (18 usam pontualmente, 11 não usam e 15 raramente usam).

No caso dos Chat Online, como o Facebook Messenger, os estudantes que têm tendência a usar em permanência/sempre ou a usar muito este serviço, pertencem maior parte a áreas de estudo como Área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito (51 usam sempre e 27 usam muito); Área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção (25 usam sempre e 19 usam muito); Área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas (23 usam sempre e 23 usam muito), e ainda a área de Artes e Humanidades (27 usam sempre e 11 usam muito).

Considerando as tabelas de referência cruzadas, em relação à Pergunta06 e a variável Grau Académico (Pergunta04), quanto à situação do Google, pode-se observar que os estudantes que têm tendência a usar em permanência/sempre, a usar muito ou a usar frequentemente, pertencem maioritariamente à Licenciatura (187 estudantes usam sempre, 73 estudantes usam muito e 15 usam frequentemente o serviço Google), depois ao Mestrado (103 estudantes usam sempre, 44 estudantes usam muito e 9 usam frequentemente) ou ao Doutoramento (43 estudantes usam sempre, 17 estudantes usam muito e 3 usam frequentemente).

Quanto à Wikipédia, denota-se que os estudantes que têm tendência a usar pontualmente, a usar frequentemente, a raramente usar ou a usar muito este serviço, grande parte frequenta a Licenciatura (76 estudantes usam pontualmente, 73 estudantes usam frequentemente, 45 estudantes raramente usam e 54 estudantes usam muito este serviço), de seguida o Mestrado (52 estudantes usam pontualmente, 43 estudantes usam frequentemente,

30 raramente usam e 20 estudantes usam muito), e por último o Doutorado (20 estudantes usam pontualmente, 13 estudantes usam frequentemente, 15 raramente usam e 11 estudantes usam muito).

Na situação da Academia.edu, os estudantes que têm tendência a não ter conhecimento deste serviço, a não usar ou a raramente usar este serviço, pertencem aos graus académicos de Licenciatura, Mestrado e Doutorado, como acontece no caso do Researchgate, Twitter Tumblr, Instagram, Jogos *Online*, Jogos *Off-line*, Vimeo, Spotify, E-bay, Wish, OLX, Fóruns de Discussão e as aplicações de Chat (Viber, WhatsApp, Line App).

No caso do Facebook, os estudantes que têm tendência a usar sempre, a usar muito ou a usar frequentemente este serviço, maioritariamente pertencem à Licenciatura (140 estudantes usam sempre, 65 estudantes usam muito e 40 estudantes usam frequentemente), depois ao Mestrado (69 estudantes usam sempre, 35 estudantes usam muito e 25 estudantes usam frequentemente) e por último ao Doutorado (21 estudantes usam sempre, 12 estudantes usam muito e 12 estudantes usam frequentemente).

Quanto ao caso do Youtube, os estudantes que mostram ter tendência a usar muito, a usar sempre ou a usar frequentemente, em grande parte pertencem à Licenciatura (83 estudantes usam muito, 96 estudantes usam sempre, 63 estudantes usam frequentemente), pertencem ao Mestrado (54 estudantes usam muito, 35 estudantes usam sempre, 43 estudantes usam frequentemente) e também ao Doutorado (12 estudantes usam muito, 11 estudantes usam sempre, 16 estudantes usam frequentemente).

Na situação do E-mail (correio eletrónico), pode-se observar que a maioria dos estudantes que tem a tendência de usar sempre ou de usar muito este serviço, pertence em primeiro lugar à Licenciatura (167 estudantes usam sempre e 80 estudantes usam muito), depois ao Mestrado (115 estudantes usam sempre e 31 estudantes usam muito) e por último ao Doutorado (51 estudantes usam sempre e 6 estudantes usam muito).

No caso do Google Académico, denota-se que grande parte dos estudantes que tem a tendência de usar pontualmente, de usar frequentemente ou de usar muito este serviço, pertence primeiro ao grau académico de Licenciatura (50 estudantes usam pontualmente, 49 estudantes usam frequentemente e 44 estudantes usam muito), em segundo a o Mestrado (41 estudantes usam pontualmente, 28 estudantes usam frequentemente e 32 estudantes usam muito) e em terceiro a o Doutorado (11 estudantes usam pontualmente, 16 estudantes usam frequentemente e 14 estudantes usam muito).

Quanto aos serviços de Videoconferência, como o Skype, a maioria dos estudantes tem tendência em usar pontualmente, a não usar ou a usar raramente o serviço, tendo como primeiro grau académico a apontar a Licenciatura (55 estudantes usam pontualmente, 84 estudantes não usam e 62 estudantes raramente usam), o seguinte a apontar é o Mestrado (50 estudantes usam pontualmente, 29 estudantes não usam e 32 estudantes raramente usam) e o último a apontar é o Doutorado (18 estudantes usam pontualmente, 6 estudantes não usam e 5 estudantes raramente usam).

Na situação do Chat *Online*, como por exemplo o Messenger do Facebook, pode-se verificar que a maioria dos estudantes usa sempre ou usa muito este serviço, estando em destaque a Licenciatura (98 estudantes usam sempre e 69 estudantes usam muito), em segundo está o Mestrado (52 estudantes usam sempre e 37 estudantes usam muito) e em terceiro está o Doutoramento (12 estudantes usam sempre e outros 12 estudantes usam muito).

Considerando as tabelas de referência cruzadas, em relação à Pergunta06 e a variável Universidades (Pergunta05), no caso do Google, um número significativo de estudantes que tem a tendência de usar sempre ou usar muito este serviço, pertence às Universidades de Évora, Aveiro, Madeira, Minho e Beira Interior. Quanto à Wikipédia, grande parte dos estudantes que usa pontualmente ou frequentemente este serviço, também pertence às Universidades de Évora, Aveiro, Madeira, Minho e Beira Interior.

Na situação da Academia.edu, os estudantes que têm tendência a não ter conhecimento deste serviço, assim como a não usar ou raramente usar este serviço, pertencem também às Universidades de Évora, Aveiro, Madeira, Minho e Beira Interior. O que ocorre também com a situação do Researchgate, Twitter Tumblr, Instagram, Jogos Online, Jogos *Off-line*, Vimeo, Spotify, E-bay, Wish, OLX, Fóruns de Discussão e as aplicações de Chat (Viber, WhatsApp, Line App).

No caso do Facebook, existe um número significativo de estudantes que tem como tendência usar sempre ou usar muito o serviço, pertencendo às Universidades de Évora, Aveiro, Madeira, Minho e Beira Interior. Assim como no caso do Youtube, e-mail (correio eletrónico) e o Chat *Online* (ex: Messenger Facebook) as mesmas Universidades se fazem destacar e os mesmos hábitos.

Quanto ao Google Académico, denota-se que grande parte dos estudantes ou usa pontualmente ou usa frequentemente ou que usa muito, isto é, grande parte afirma pertencer às Universidades de Évora, Aveiro, Madeira, Minho e Beira Interior. Na situação dos serviços de Videoconferência (ex: Skype) observa-se os estudantes que têm por hábito usar pontualmente, que têm por hábito não usar ou raramente usar este serviço, também pertencem às Universidades de Évora, Aveiro, Madeira, Minho e Beira Interior.

Considerando as tabelas de referência cruzadas, em relação à Pergunta06 e a variável Horário (Pergunta09), na situação do Google, pode-se verificar que a maior parte dos estudantes que tem tendência a estar sempre ligada à Internet, ou seja, está constantemente *online*, usa sempre ou muito este serviço de Internet.

Quanto à Wikipédia, pode-se observar que a maioria dos estudantes que também tem tendência a estar *online* diariamente, usa pontualmente, frequentemente ou raramente usa este serviço. Na situação do Academia.edu, grande parte dos estudantes que também demonstra ter tendência a estar sempre ligada à Internet numa base diária, não tem conhecimento deste serviço, não usa ou raramente usa este serviço, o que acontece também com o Researchgate, Twitter Tumblr, Instagram, Jogos *Online*, Jogos *Off-line*, Vimeo, Spotify, E-bay, Wish, OLX, Fóruns de Discussão e as aplicações de Chat (Viber, WhatsApp, Line App).

No caso do Facebook, grande parte dos estudantes que mostra tendência em estar sempre *online* aponta que usa sempre, usa muito ou frequentemente este serviço da Internet. Em relação ao Youtube, grande parte dos estudantes que também tem tendência em estar *online* diariamente, afirma que utiliza em permanência/sempre, utiliza muito ou frequentemente este serviço.

Quanto ao E-mail (correio eletrônico), observa-se que a maioria dos estudantes com o mesmo hábito diário aponta usar em permanência/sempre ou aponta usar muito este serviço. Em relação ao Google Académico, os estudantes que mostram ter tendência a estar ligados à Internet diariamente, apontam que usam pontualmente, usam frequentemente ou usam muito este serviço.

Na situação dos serviços de Videoconferência, como o Skype, os estudantes que apontam ter o mesmo hábito de estarem *online* diariamente, têm tendência a usar pontualmente, a não usar ou raramente usar este tipo de serviço de Internet. No caso dos serviços de Chat *Online*, como o Messenger do Facebook, pode-se observar que grande parte dos estudantes que aponta ter tendência para estar sempre ligada à Internet, aponta que usa sempre ou usa muito este tipo de serviço.

Considerando as tabelas de referência cruzadas, em relação à Pergunta06 e a variável Intensidade Diária (Pergunta10), no caso do Google, pode-se observar que grande parte dos estudantes que usa este serviço em permanência/sempre ou usa muito, tem tendência a despende mais de oito horas por dia ou a despende entre três e seis horas por dia na Internet. Em relação à Wikipédia, denota-se que a maioria dos estudantes, que usa pontualmente ou usa frequentemente este serviço, aponta que despendem entre três e seis horas ou mais de oito horas por dia *online*.

Quanto ao Academia.edu a maioria dos estudantes, que não tem conhecimento deste serviço, não usa ou raramente usa este serviço, aponta que despende mais de oito horas ou despende entre três e seis horas por dia na Internet, o que ocorre também com o caso do Researchgate, Twitter Tumblr, Instagram, Jogos *Online*, Jogos *Off-line*, Vimeo, Spotify, E-bay, Wish, OLX, Fóruns de Discussão e as aplicações de Chat (Viber, WhatsApp, Line App).

Na situação do Facebook, grande parte dos estudantes que aponta usar sempre ou aponta usar muito este serviço, também afirma que gasta mais de oito horas ou que gasta entre três e seis horas por dia na Internet. Em relação ao Youtube, pode-se observar que a maioria dos estudantes que afirma despende mais de oito horas ou despende entre três e seis horas por dia na Internet, aponta que usam muito, usa em permanência/sempre ou usa frequentemente este serviço.

No caso do E-mail (correio eletrônico), denota-se que maior parte dos estudantes que também afirma gastar mais de oito horas ou gastar entre três e seis horas por dia online, aponta que utiliza sempre ou utiliza muito este tipo de serviço da Internet. Quanto ao Google Académico, a maioria dos estudantes que afirma despende mais de oito horas ou despende entre três e seis horas por dia na Internet, aponta que usa pontualmente, usa frequentemente ou usa muito este tipo de serviço.

Em relação aos serviços de Videoconferência, como o Skype, grande parte dos estudantes que gasta mais de oito horas ou entre três e seis horas diárias online, aponta que utiliza pontualmente, aponta que não usa ou que raramente usa este tipo de serviço da Internet. Na situação dos serviços de Chat Online, como o Messenger do Facebook, observa-se que a maior parte dos estudantes que aponta despende mais de oito horas ou despende entre três e seis horas por dia na Internet, afirma que usa em permanência/sempre ou usa muito este tipo de serviço.

Por conseguinte, realizaram-se análises de frequência com o intuito de completar as análises anteriores recorrendo à Pergunta06, Pergunta07 e Pergunta08, para obter tabelas e gráficos de frequência (Ver anexo 08). Como primeiro caso a apontar é a Pergunta06 que mostra os tipos de serviços/aplicações que são mais utilizados e com que intensidade são utilizados pelos estudantes quando navegam na Internet.

Tendo em consideração esta análise, pode-se observar, no caso do serviço Google, que 66,1% dos estudantes inquiridos aponta usar este serviço sempre, 26,6% usa muito e que 5,6% usa frequentemente este serviço de Internet.

Quanto à Wikipédia, observa-se que 29,1% usa pontualmente este serviço, 25,4% usa frequentemente, 17,8% raramente usa e que 17,1% usa muito este serviço, como se pode observar nas seguintes figuras.

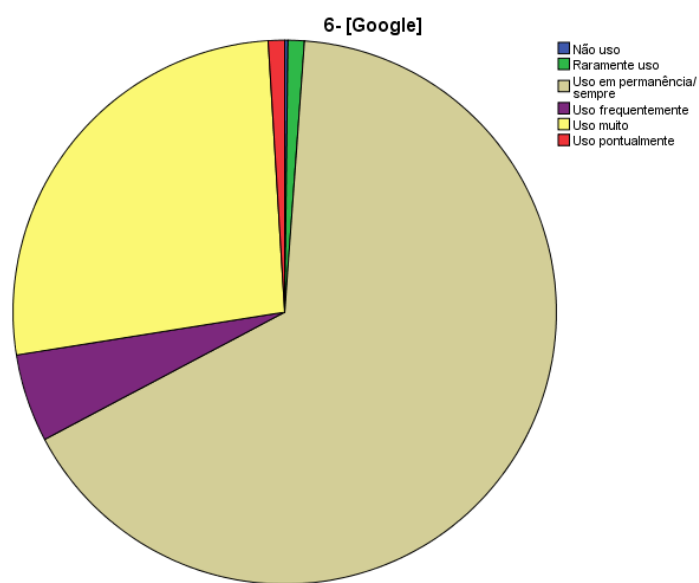


Figura 31 - Gráfico de Frequências (P06 – Google)

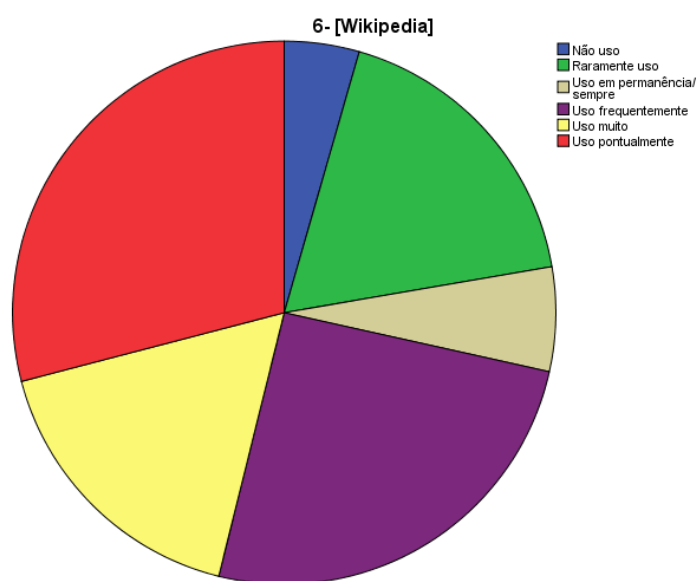


Figura 32 - Gráfico de Frequências (P06 – Wikipédia)

Em relação ao Academia.edu, verifica-se que grande parte dos estudantes não conhece, raramente usa ou não usa este serviço, sendo que 45,2% não conhece este serviço, 16,1% raramente usa e 14,1% não utiliza este serviço de Internet, o que também se nota similaridades com os serviços ResearchGate, Twitter, Tumblr, Instagram, Jogos *Online* e/ou *Off-line*, Vimeo, Spotify, E-bay, Wish, OLX, os Fóruns de Discussão como o Reddit e as aplicações de Chat, como o Line App, o Viber e o WhatsApp (Ver anexo 07).

Na situação do Facebook, observa-se que maioria dos estudantes usa sempre este serviço, contando com 45,3%; outros 22,5% usam muito e 15,3% usa frequentemente este serviço de Internet. No caso do Youtube, grande parte dos estudantes usa muito este serviço, isto é, 29,1% usa muito; 28,5% usa sempre e 23,8% usa frequentemente.

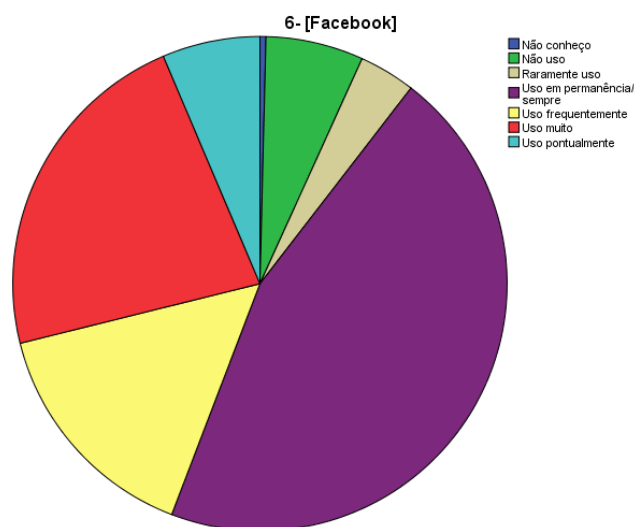


Figura 33 - Gráfico de Frequências (P06 – Facebook)

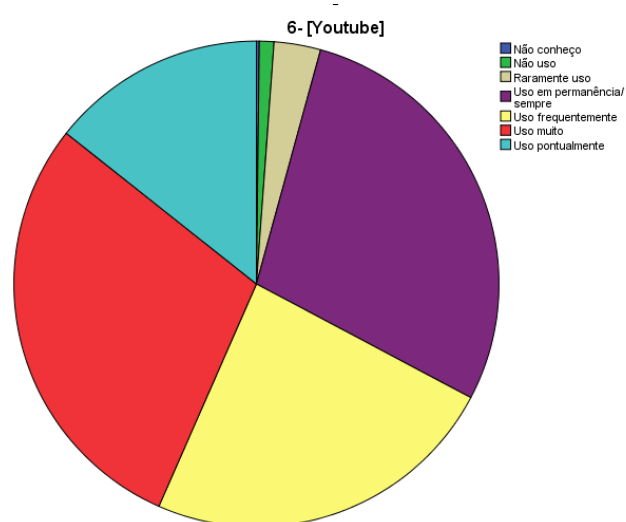


Figura 34 - Gráfico de Frequências (P06 – Youtube)

Quanto ao E-mail (Correio Eletrónico), pode-se observar que grande parte dos estudantes usa em permanência/sempre este serviço, contando com 66,5% da amostra; 22,7% usa muito este serviço e 7,4% utiliza frequentemente.

Em relação ao Google Académico, denota-se que a maioria dos estudantes utiliza pontualmente este serviço, contando com 20% da amostra; 18,2% utiliza frequentemente e 17,8% usa muito este serviço da empresa Google.

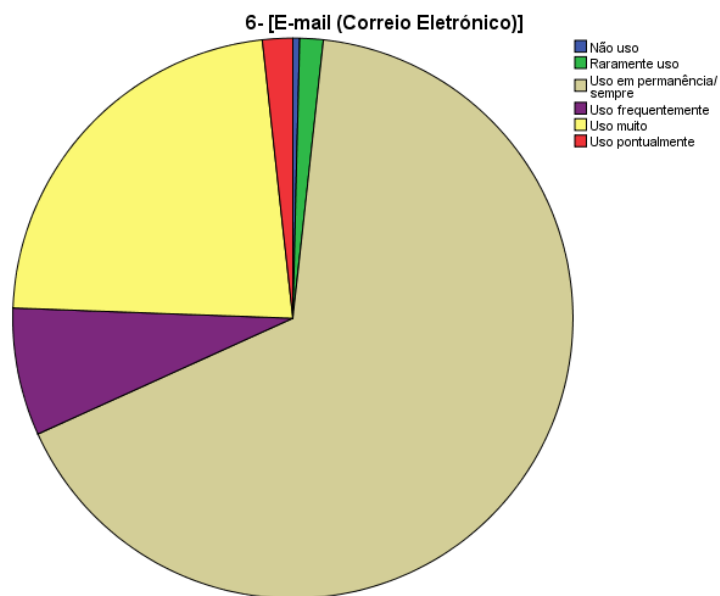


Figura 35 - Gráfico de Frequências (P06 – E-mail)

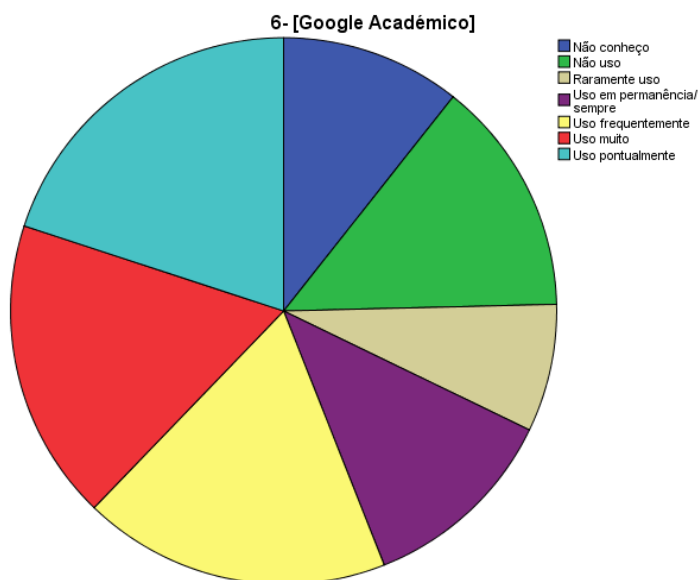


Figura 36 - Gráfico de Frequências (P06 – Google Académico)

No caso dos serviços de Videoconferência, como o Skype, a maior parte dos estudantes usa pontualmente este tipo de serviços, contando com 24,2% da amostra; 23,6% não utiliza este tipo de serviço; 19,6% raramente usa e 12,6% usa frequentemente. Na situação do Chat *Online*, como o Messenger do Facebook, grande parte dos estudantes utiliza em permanência/sempre este tipo de serviço, contando com 32,2%; 23,6% utiliza muito e 15,3% utiliza frequentemente.

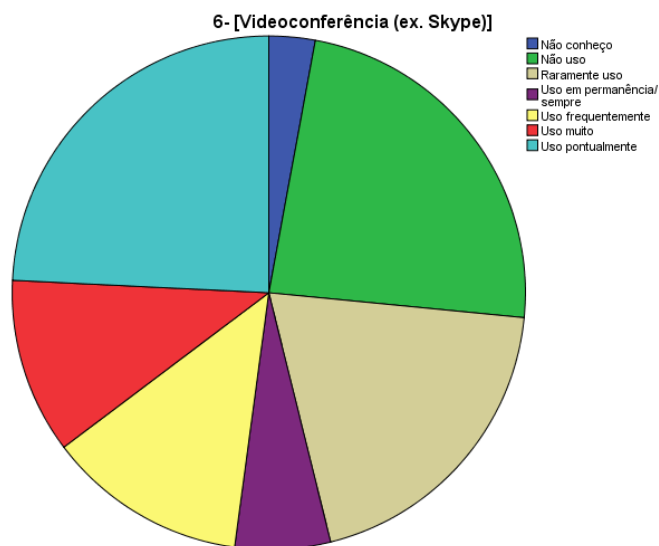


Figura 37 - Gráfico de Frequências (P06 – Videoconferência)

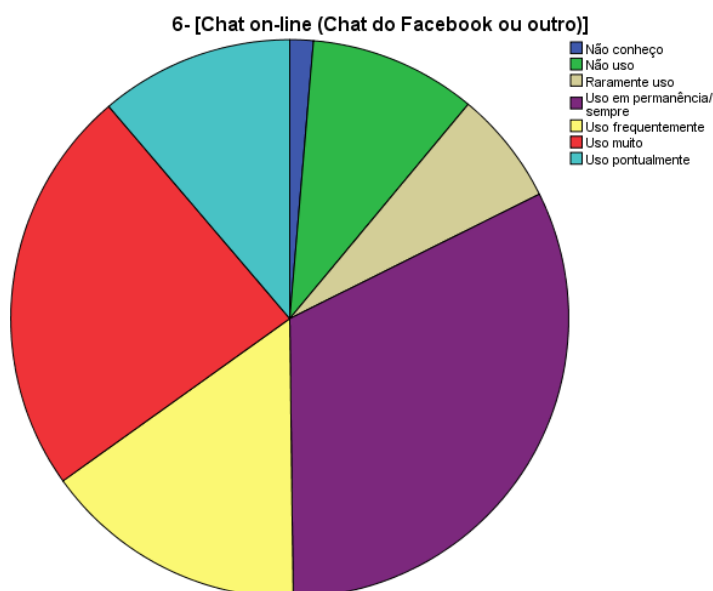


Figura 38 - Gráfico de Frequências (P06 – Chat Online)

Um outro caso analisado foi a Pergunta07, que mostra os tipos de dispositivos que são mais utilizados para aceder à Internet e com que intensidade são utilizados pelos estudantes, quando navegam na Internet.

Tendo em conta a situação do computador fixo (Secretária), pode-se observar que a maioria dos estudantes não tem este tipo de dispositivo, correspondendo a 44,4% da amostra; 14,5% não utiliza este tipo de dispositivo; 12,8% raramente utiliza; 10,3% utiliza pontualmente; 8,1% utiliza sempre; 5,2% utiliza frequentemente e 4,7% utiliza muito este tipo de dispositivo para aceder à Internet.

Em relação ao computador portátil, a situação quase se inverte, sendo que grande parte dos estudantes inquiridos utiliza em permanência/sempre este tipo de dispositivo, contando com 61,2% da amostra; 24,6% utiliza muito; 8,5% utiliza frequentemente; 2,7% utiliza pontualmente; 1,2% raramente utiliza; 1% não tem o tipo de dispositivo e apenas 0,8% não utiliza o tipo de dispositivo para aceder à Internet.

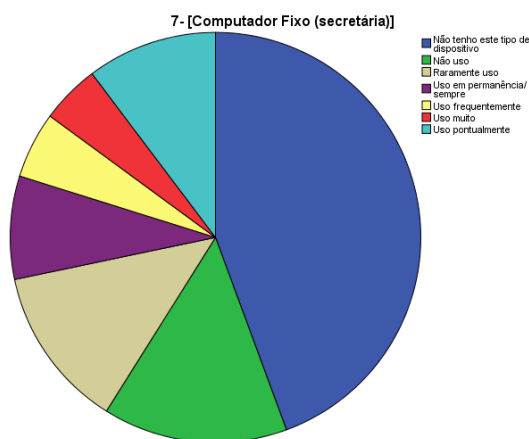


Figura 39 - Gráfico de Frequências (P07 – Computador Fixo)

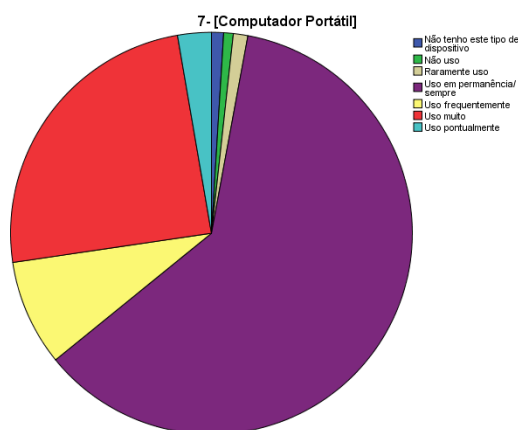


Figura 40 - Gráfico de Frequências (P07 – Computador Portátil)

Quanto ao *smartphone*, a maioria dos estudantes utiliza sempre este dispositivo, contando com 51,2% da amostra; 18% utiliza muito; 11,2% utiliza frequentemente e 7% não tem o dispositivo para aceder à Internet.

Na situação do *tablet* pode-se observar que grande parte dos estudantes não tem este tipo de dispositivo, isto é, 34,3% da amostra; 12,8% não utiliza; 12,6% usa o dispositivo em permanência/sempre; 11,8% utiliza muito e 11,4% usa este dispositivo para aceder à Internet pontualmente.

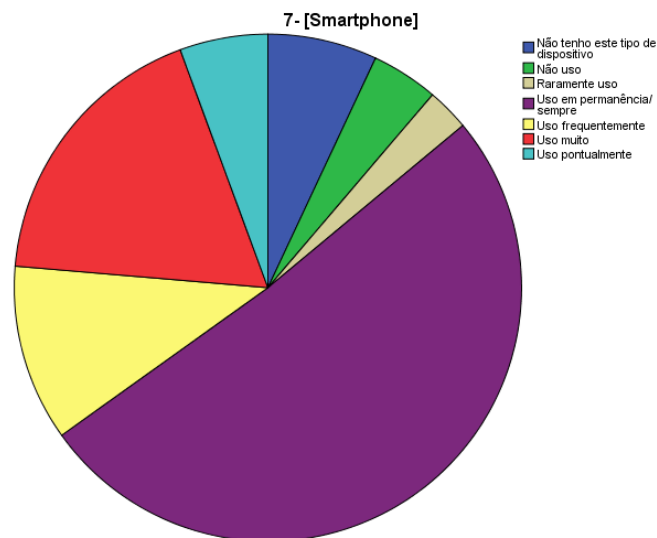


Figura 41 - Gráfico de Frequências (P07 – Smartphone)

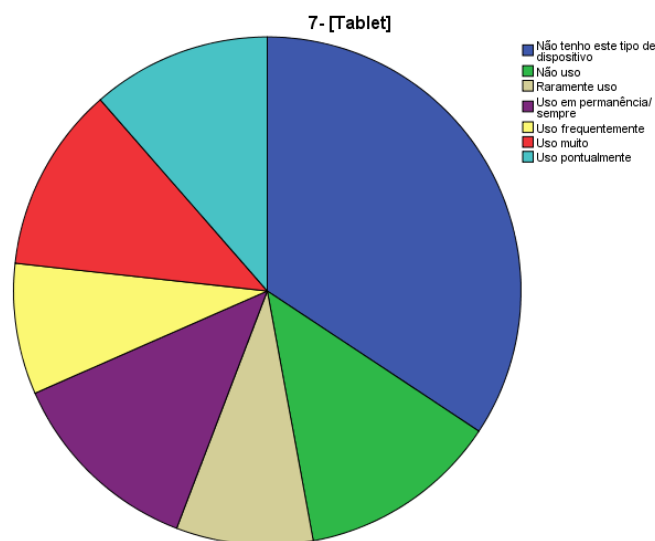


Figura 42 - Gráfico de Frequências (P07 – Tablet)

Outro caso a considerar é a Pergunta08, que mostra os tipos de serviços/aplicações mais utilizados pelos estudantes e para quais finalidades são usados, em relação à primeira pergunta de investigação, sendo que, no caso do serviço Google, pode-se observar que grande parte dos estudantes utiliza este serviço para finalidades académicas e pessoais, contando com 53,9% da amostra e 20,9% dos estudantes inquiridos aponta que utiliza este serviço para todos os tipos de finalidades mencionadas (académica, pessoal e social).

Em relação à Wikipédia, observa-se que a maioria dos estudantes utiliza este serviço para finalidades académicas e pessoais, como no caso do Google, contando então com 42,1% da amostra, enquanto outros 25,2% dos estudantes inquiridos aponta usar este serviço somente para finalidades académicas.

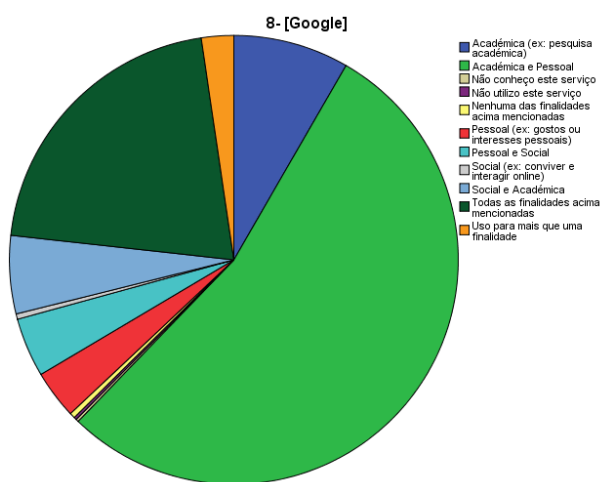


Figura 43 - Gráfico de Frequências (P08 – Google)

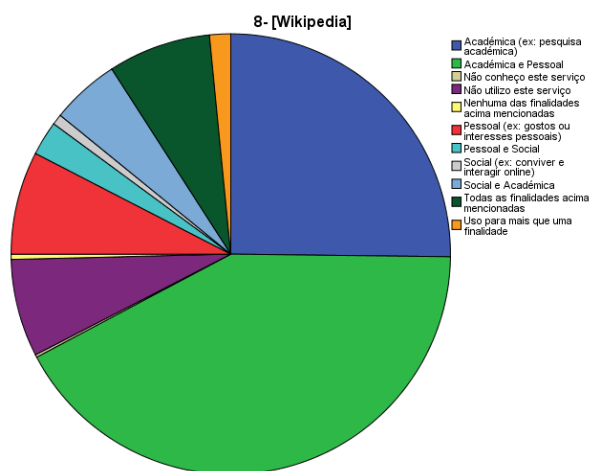


Figura 44 - Gráfico de Frequências (P08 – Wikipédia)

No caso do Academia.edu, pode-se reparar que grande parte dos estudantes inquiridos não tem conhecimento do serviço ou não utiliza, como no caso do ResearchGate, Twitter, Tumblr, Instagram, Jogos *Online* e/ou *Off-line*, Vimeo, Spotify, E-bay, Wish, OLX, os Fóruns de Discussão como o Reddit e as aplicações de Chat como o Line App, o Viber e o WhatsApp.

Enquanto no caso do Facebook se pode observar que a maioria dos estudantes inquiridos utiliza este serviço para finalidades pessoais e sociais, contando com 32,6% da amostra; 14,9% dos estudantes aponta utilizar este serviço para todas as finalidades mencionadas (académica, pessoal e social); 14,7% da amostra aponta que utiliza este serviço para finalidades sociais e académicas e 14,1% dos estudantes inquiridos dá uso a este serviço com a finalidade social.

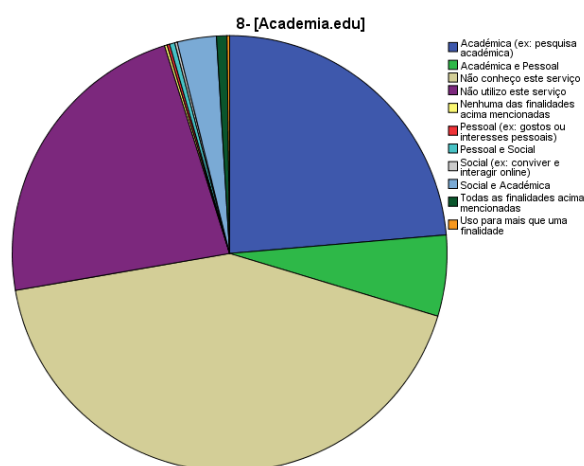


Figura 45 - Gráfico de Frequências (P08 – Academia.edu)

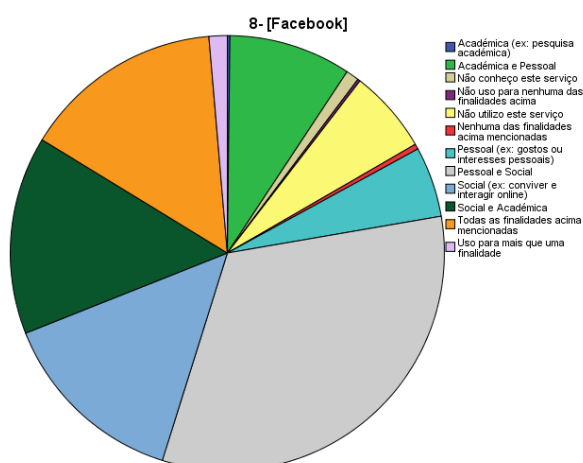


Figura 46 - Gráfico de Frequências (P08 – Facebook)

Quanto ao caso do Youtube, a maioria dos estudantes inquiridos aponta que utiliza este serviço para finalidades pessoais, contando com 37,2% da amostra; outros 22,5% dos estudantes menciona que utiliza este serviço para finalidades académicas e pessoais; enquanto 16,9% da amostra aponta utilizar este serviço para finalidades pessoais e sociais.

Na situação do E-mail (Correio Eletrónico), grande parte dos estudantes afirma que utiliza este tipo de serviço com finalidades académicas e pessoais, contando com 46,9% da amostra; enquanto 21,1% aponta utilizar este tipo de serviço para todo o tipo de finalidades mencionadas (académica, pessoal e social).

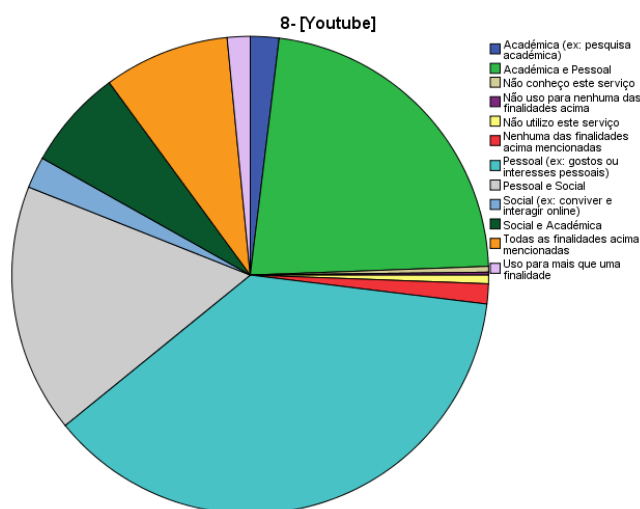


Figura 47 - Gráfico de Frequências (P08 – Youtube)

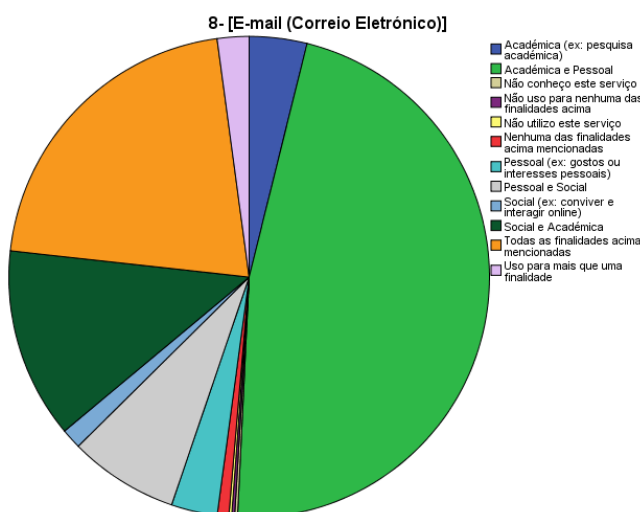


Figura 48 - Gráfico de Frequências (P08 – E-mail)

Em relação aos serviços de Videoconferência, como o Skype, a maior parte dos estudantes aponta não utilizar este tipo de serviço, contando com 23,3% da amostra; enquanto 13,8% aponta utilizar este tipo de serviço para finalidades académicas e pessoais; 13,6% dos estudantes inquiridos afirma que utiliza este tipo de serviço para finalidades pessoais e sociais; outros 13,6% apontam utilizar este tipo de serviço somente para finalidades sociais e 12,2% da amostra refere utilizar somente para finalidades pessoais.

No caso do Chat *Online*, como o Messenger do Facebook, a maior parte dos estudantes inquiridos afirma utilizar este tipo de serviço para finalidades pessoais e sociais, contando com 19,8% da amostra; 16,9% dos estudantes aponta utilizar este tipo de serviços para finalidades académicas e pessoais; 14,5% da amostra refere que utiliza somente com a finalidade social; 13,6% dos estudantes inquiridos afirma utilizar este serviço para todos os tipos de finalidades mencionados (académica, pessoal e social) e ainda 12% da amostra afirma utilizar este tipo de serviço para finalidades sociais e académicas.

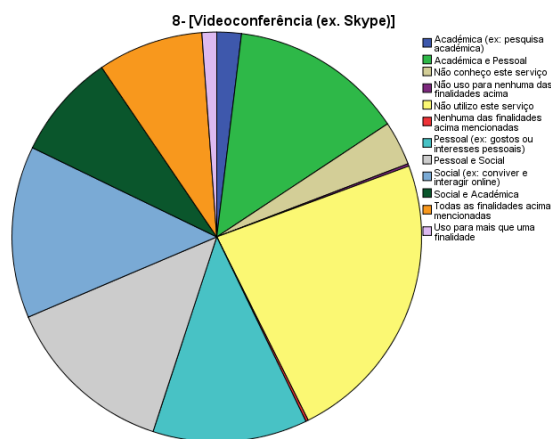


Figura 49 - Gráfico de Frequências (P08 – Videoconferência)

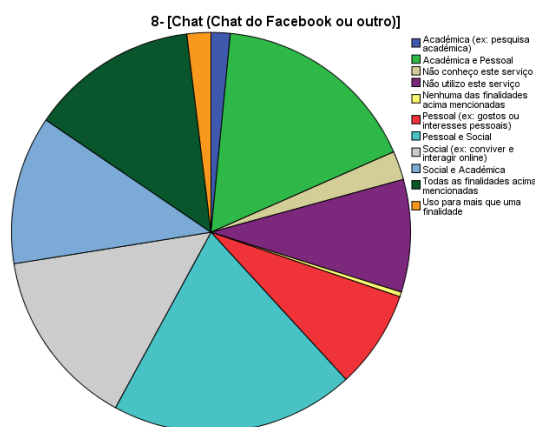


Figura 50 - Gráfico de Frequências (P08 – Chat Online)

Ainda relativamente à primeira pergunta de investigação, recorreu-se à análise de frequências da Pergunta18, que consiste em ter conhecimento das atividades ou serviços/aplicações de entretenimento/lazer que os estudantes mais têm tendência em usar, assim como foi feita uma observação dos resultados da Pergunta19 que era de livre resposta. (Ver Anexo 09 e Anexo 13).

Na primeira instância da Pergunta18, está o caso da situação “A coordenação entre mim e os meus amigos para as atividades de lazer e/ou saídas noturnas é realizada através do smartphone (app do tipo WhatsApp, chat do Facebook, Viber, etc.)”, onde se pode observar que 32,4% dos estudantes inquiridos se relacionam com esta situação especificada frequentemente; 18,4% da amostra se relaciona muitas vezes com a situação mencionada e 17,6% dos estudantes se identificam por vezes com esta situação acima descrita.

Quanto à situação “Costumo usar redes sociais aleatórias como o chatroulette”, pode-se observar que grande parte dos estudantes (42,8%) assinalou que nunca se relaciona com esta situação e 39% dos estudantes aponta não conhecer esta opção. Em relação à opção “Jogo online em equipa”, pode-se observar que 66,5% dos estudantes nunca se relaciona com esta situação; 8,7% dos estudantes aponta não conhecer este serviço e ainda outros 8,7% apontam relacionar-se por vezes com esta opção.

No caso de “Vejo vídeos cómicos/divertidos na Internet”, pode-se notar que 31,2% dos estudantes se relaciona por vezes com esta opção; 24,6% dos estudantes se identifica com esta opção frequentemente e 17,1% da amostra aponta relacionar-se muitas vezes. Enquanto no caso de “Frequento sites de sexo online (cybering)”, pode-se aferir que 65,1% dos estudantes inquiridos nunca se relaciona com esta opção/serviço de Internet; 18% da amostra aponta não conhecer esta opção e 6,2% aponta relacionar-se quase nunca.

Na situação “Jogo online individualmente”, pode-se notar que 46,1% dos estudantes aponta que nunca se identifica com esta opção; 15,5% da amostra afirma que quase nunca se relaciona com esta opção/serviço e 14,1% dos estudantes aponta que por vezes se identifica. Quanto ao caso “Participo em chamadas de grupo online (ex: usando o Skype)”, pode-se observar que 29,8% dos estudantes afirma que nunca se identifica com esta opção; 25,8% da amostra aponta que quase nunca se relaciona com a opção acima mencionada e 23,4% dos estudantes assinala que se identifica por vezes.

Em relação ao caso “Frequento sites de procura de parceiro(a) como o Badoo e Meetme”, pode-se notar que 66,1% dos estudantes afirma que nunca se relaciona com esta opção/serviço e 24,2% dos estudantes aponta que não tem conhecimento desta opção/serviço. No caso de “Frequento Forúns de discussão como o Reddit”, pode-se observar que 43,4% dos estudantes inquiridos aponta que nunca se relaciona com esta opção/serviço e 32% da amostra afirma não conhecer esta opção/serviço. Enquanto no caso de “Vejo séries de televisão e/ou filmes num site de stream (ex: Wareztuga)”, pode-se notar que 27,5% dos estudantes inquiridos se relaciona com esta opção frequentemente e 16,1% da amostra nunca se identifica com esta opção.

Na situação “Observo catálogos de compras e compro produtos online”, pode-se observar que 30,4% dos estudantes se relaciona com esta opção/serviço por vezes; 17,8% da amostra aponta que quase nunca se identifica com esta opção; 17,2% dos estudantes afirma que nunca se relaciona esta opção; 15,5% da amostra afirma que utiliza este tipo de serviço frequentemente e 14,3% dos estudantes aponta que utiliza muitas vezes. Quanto ao caso “Acompanho vídeos de um youtuber específico online (sejam videos cómicos ou não)”, pode-se notar que 26,7% dos estudantes inquiridos nunca se relaciona com esta opção; 18,4% da amostra aponta que quase nunca se identifica com esta opção e 18% afirma que se relaciona frequentemente.

Em relação à Pergunta19, “Aqui gostaríamos que nos falasse da sua experiência online para fins de lazer e diversão. O que mais faz, o que lhe dá mais prazer fazer, aquilo em que consome mais tempo...”, de livre resposta, é interessante apontar algumas respostas por parte dos estudantes inquiridos: “9GAG, ver filmes/séries e ler e-books.”; “Geralmente, aquilo que mais me consome tempo na Internet são as notícias do Mundo e pesquisas que costumo fazer sobre assuntos que me interessam (p.e. política).”; “Jogos online como LOL, Facebook (comunicação principalmente)”; “Vídeos de YouTubers, “blogs””; “A minha utilização da Internet é quase sempre relacionada com trabalho. Para fins de lazer só utilizo o Facebook no qual 'navego' durante uns minutos (tempo variável) antes de começar a estudar. De resto, leio artigos de opinião e pouco mais.”; “A minha experiência online para fins de lazer e diversão é aceder ao Facebook e interagir com amigos e estar a par das novidades. Também costumo utilizar o site YouTube para ouvir música e assistir a vídeos.”; “Gosto de ver séries. Consigo estar sempre a par dos episódios que vão saindo (às vezes com temporadas de avanço) e vejo séries que nem sequer passam em Portugal.”; “Tecnologia; software; notícias; promoções; meteorologia, musica, etc”; “Em termos de lazer online, a maioria do tempo que gasto é a jogar online ou a ver vídeos sobre as atividades desportivas que gosto de pratica: futebol, e neste caso é só para me manter informado; skate, para aprender truques e melhorar o meu desempenho.”; “Sobretudo vídeos no Youtube, notícias, “download” de séries e filmes.”; “Chats online ocupam a maior parte do tempo. Sites semelhantes ao Tinder também ocupam bastante tempo quando se está à procura de uma one-night stand.”; “Assistir a Animes e séries, jogos, 9gag”; “A maior parte do tempo gasto em lazer na Internet é dirigido a séries e seguidamente a videos de youtubers específicos de gostos pessoais e cómicos.”; “Falar com pessoas diferentes, Chat para conhecer novas pessoas.”; “Utilizo muito o Facebook. Gosto muito de utilizar o Youtube para ouvir música e ver vídeos de programas que não passam em Portugal de artistas que gosto. Quando tenho tempo livre gosto de ver filmes e séries em sites de stream.”; “Consultar sites de informação noticiosa”; “Filmes/séries no Youtube, MOOCs no edX e Coursera, notícias em jornais online, reportagens canias online, curiosidades.”; “Utilizo aplicações e sites de leitura de livros e outros, como o Wattpad.”; (Ver todas as respostas no Anexo 13).

A seguinte análise tem o intuito de compreender de que forma a Internet influencia o uso social do tempo (segunda questão de investigação), recorrendo a análises anteriores e à

Perguntas 11, 12, 13 e 14, obtendo tabelas e gráficos de frequência (Ver Pergunta 13 no anexo 05 e as Perguntas 11, 12 e 14 no anexo 10), A primeira situação a apontar é a Pergunta 11 que dá exemplos de várias situações do dia-a-dia em que de alguma forma a Internet possa influenciar e com que frequência ocorre cada situação, pela perspectiva dos estudantes.

De acordo com os resultados, pode-se observar que pontualmente (38,2%), quase sempre (25%), por vezes (24,2%) ou sempre (10,7%) os estudantes acedem a vídeos no Youtube (ou outra plataforma) para aprender novos conteúdos; enquanto 33,7% dos estudantes afirmam que por vezes enquanto comem (tomam as refeições) têm por hábito estar conectados à Internet (nomeadamente, através do *smartphone*); 28,9% da amostra afirma nunca estar nesta situação; 17,4% aponta estar quase sempre; 15,9% aponta estar pontualmente e apenas 4,1% aponta que está sempre na situação referida acima.

No caso da situação “Mesmo quando me deito para dormir, deixo o telemóvel e/ou o computador ligado e com aplicações a correr e/ou sinais sonoros de chegada de mensagens ou chamadas”, pode-se observar que 56% da amostra afirma que nunca esteve na situação referida, 20,3% aponta que por vezes já se encontrou neste caso e ainda 9,3% da amostra aponta que sempre se encontra na situação referida.

Em relação a “Mesmo estando numa situação de intimidade com o/a namorado/a tenho em atenção e respondo a mensagens e/ou telefonemas”, pode-se denotar que 58,5% aponta que nunca esteve na situação referida, enquanto 29,8% afirma que por vezes se encontrava na situação nomeada. Quanto a “Durante o horário de estudo tenho o hábito de ter o perfil da rede social (Facebook e/ou outra(s)) aberto de modo a ir acompanhando o que acontece”, pode-se observar que 37,2% da amostra por vezes se relaciona com a situação referida; 24,4% dos estudantes afirma que nunca esteve na situação mencionada; 15,9% afirma que se encontra pontualmente na situação referida; 15,5% da amostra aponta que quase sempre se relacionou com a situação e apenas 7% dos estudantes inquiridos se relaciona sempre com a situação.

No caso de “Enquanto trabalho em projetos académicos e/ou estudo tenho por hábito aceder a música ou vídeos na Internet”, pode-se observar que 27,7% da amostra aponta que por vezes se encontra na situação mencionada; 26,6% dos estudantes afirma que quase sempre se encontra no caso nomeado; 18,4% menciona pontualmente; 15,5% aponta que nunca se relacionou com a situação e 11,8% da amostra afirma que sempre se relacionou.

Na situação “Passo mais horas a jogar online do que a estudar”, observa-se que 75,4% dos estudantes inquiridos afirma que nunca se encontrou na situação referida e 12,8% da amostra afirma que por vezes se encontra na situação mencionada. Quanto à situação “Enquanto estou na sala de aula deixo o telemóvel e/ou o computador ligado e com aplicações a correr e/ou notificações ativas”, nota-se que 35,1% da amostra nunca se relacionou com a situação descrita e 29,1% dos estudantes aponta que por vezes se encontra na situação mencionada.

Em relação à situação “Mesmo estando com família, ou com amigos, tenho em atenção e respondo a mensagens e/ou telefonemas (tenho as notificações ativas)”, pode-se observar que 39,5% dos estudantes inquiridos afirma que por vezes se encontra na situação referida;

21,5% da amostra aponta que pontualmente se relaciona com a situação descrita e 19,6% dos estudantes aponta que quase sempre se relaciona com o caso referido. No caso “Utilizo a Internet para observar catálogos de compras”, pode-se notar que 31% dos estudantes por vezes utilizam a Internet para este propósito; 24% utiliza pontualmente; 23,4% da amostra aponta que nunca se encontra na situação mencionada e 16,5% da amostra quase sempre se relaciona com a situação referida.

Quanto à situação “Leio livros, jornais ou revistas acedendo à Internet”, observa-se que 27,3% dos estudantes inquiridos por vezes se relacionam com o caso, isto é, lêem livros, jornais ou revistas na Internet; 24,2% da amostra aponta que quase sempre se relaciona com a situação descrita e 23,6% dos estudantes afirma que pontualmente se encontra na situação mencionada. Em relação a “Vejo filmes, documentários, notícias e outros serviços de televisão na Internet”, pode-se observar que 30,4% da amostra quase sempre se encontra na situação mencionada; 25,6% dos estudantes aponta que se relaciona pontualmente com a situação descrita; 20,2% afirma que se encontra sempre; 18,6% afirma que por vezes e apenas 5,2% aponta que nunca se encontra na situação referida.

No caso de “Utilizo a Internet para consultar horários e/ou comprar bilhetes de transportes (autocarro, comboio, avião, etc)”, pode-se notar que 28,3% dos estudantes quase sempre se relaciona com a situação descrita; 25,4% afirma que sempre se encontra na situação mencionada; 21,3% aponta pontualmente; 19% afirma que por vezes e apenas 6% da amostra aponta que nunca se encontra na situação referida. Na situação “Utilizo o *smartphone* e/ou computador para consultar mapas, utilizo gps ou google maps”, pode-se observar que 26,9% da amostra se relaciona quase sempre; 25% se relaciona pontualmente; 24% aponta que sempre se encontra na situação referida; 16,3% por vezes e apenas 7,8% dos estudantes inquiridos aponta nunca se relacionar com a situação mencionada.

Em relação a “Gravo, sem autorização, as aulas com o *smartphone* (som e/ou imagem) para mais tarde poder ouvir e/ou partilhar”, pode-se notar que 87% dos estudantes inquiridos aponta que nunca se relaciona com a situação descrita e apenas 7,8% aponta que se relaciona por vezes. Quanto à situação “Tenho com os meus colegas grupo(s) privado(s) no Facebook (ou outras redes sociais) onde partilhamos materiais e interagimos uns com os outros”, observa-se que 34,3% da amostra afirma que sempre se relaciona com a situação mencionada e 29,1% dos estudantes apontas que quase sempre se relacionam com a situação referida. Enquanto que, no caso de “Quando partilho materiais em grupo(s) privado(s) no Facebook (ou outras redes sociais) não tenho cuidado com as questões dos direitos de autor e/ou citar as fontes dos documentos”, se nota que 41,7% dos estudantes nunca se relaciona com a situação descrita e 22,1% da amostra aponta que por vezes se relaciona com a situação acima mencionada.

Na seguinte situação pode-se observar uma análise de frequência à Pergunta12 do questionário que consiste em relacionar a intensidade diária de consumo de Internet e as actividades significativas dos estudantes no uso da Internet, sendo que, em relação às de carácter académico, pode-se notar que grande parte dos estudantes inquiridos ocupa, por dia,

entre uma e três horas (38,6% dos estudantes) ou entre três e seis horas (33,7% da amostra) neste tipo de actividades académicas (ex: horas de estudo e projetos académicos).

Quanto às actividades pessoais (assistir vídeos, jogar jogos *off-line*, ler jornais, etc), pode-se observar que grande parte dos estudantes inquiridos passa entre uma e três horas (41,3% dos estudantes) por dia; enquanto 23,8% passa entre três e seis horas por dia e 23,6% passa menos de uma hora por dia neste tipo de atividades.

Em relação às actividades sociais (escrever em fóruns de discussão, contactar amigos e/ou família em redes sociais, etc), pode-se notar que grande parte (39,9%) dos estudantes inquiridos gasta entre uma e três horas por dia; 30,6% gasta menos de uma hora por dia e 16,9% dos estudantes aponta que passa entre três e seis horas por dia neste tipo de actividades quando acede à Internet.

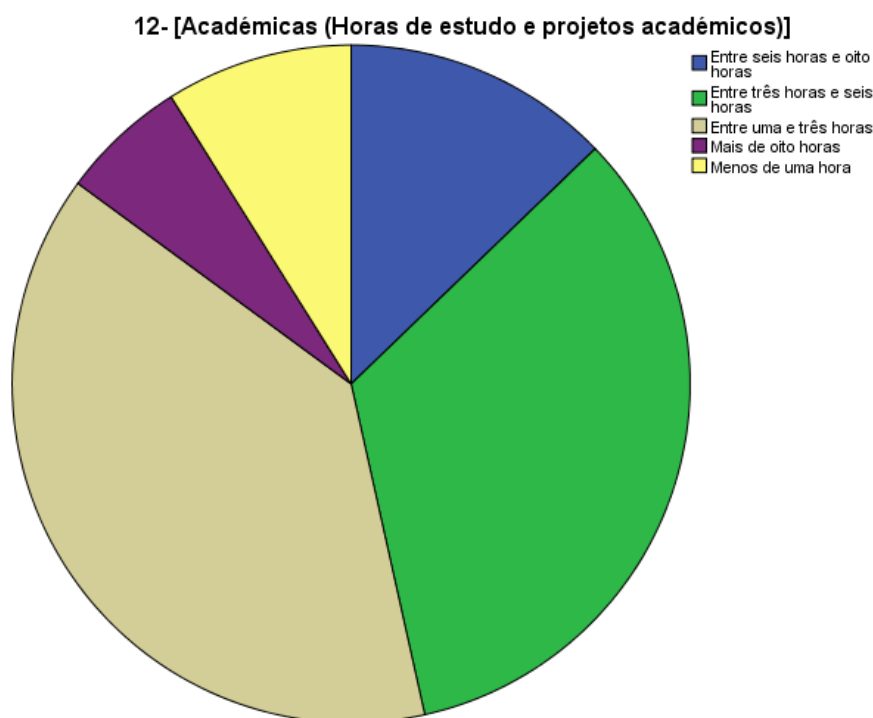


Figura 51 - Gráfico de Frequências (P12 – Atividades Académicas)

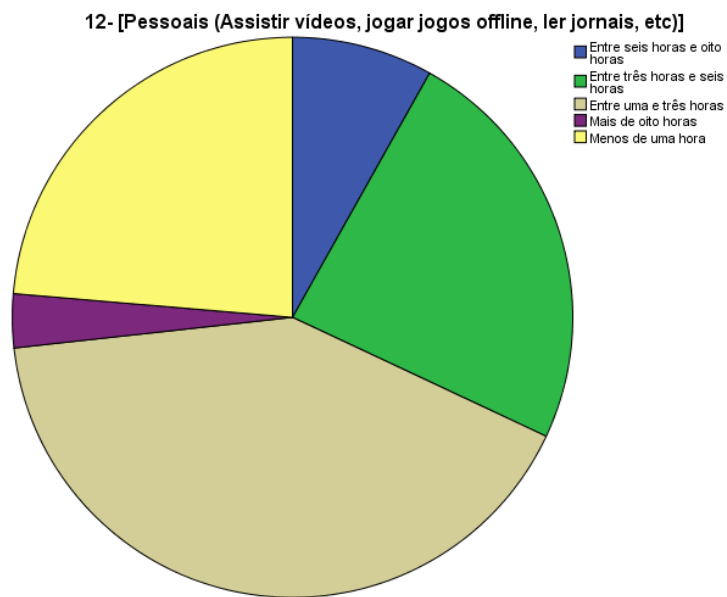


Figura 52 - Gráfico de Frequências (P12 – Atividades Pessoais)

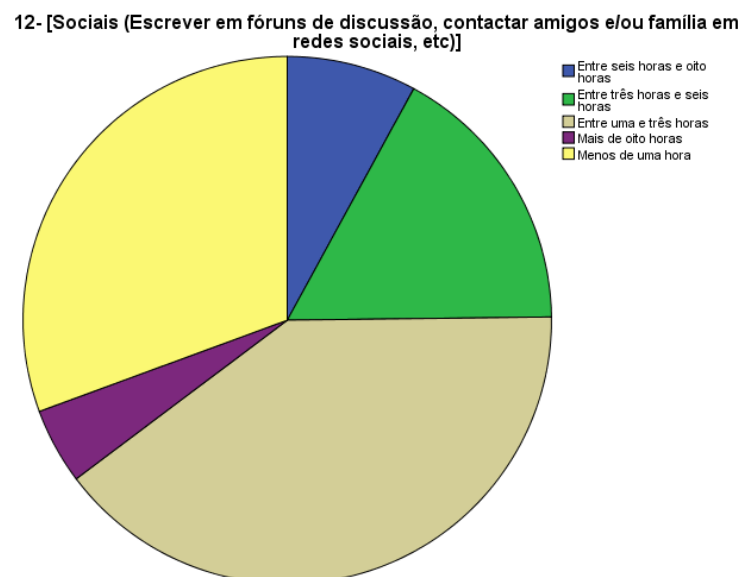


Figura 53 - Gráfico de Frequências (P12 – Atividades Sociais)

Na seguinte observação, recorreu-se à análise de frequências da Pergunta13 do questionário que consiste na opinião do estudante quanto à frequência com que este sente dificuldades na gestão do seu tempo. Como se pode observar na Figura56 e na Figura57, 48,4% dos estudantes inquiridos aponta que por vezes sente essa dificuldade na gestão do seu tempo; enquanto 26,6% dos estudantes aponta que raramente sente; 15,9% afirma que quase sempre sente dificuldades; 5,4% aponta que sente dificuldades sempre e apenas 3,7% aponta que nunca sente dificuldades na gestão do seu tempo (Ver anexo 05).

13- Com que frequência sente dificuldades em gerir o seu tempo?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Nunca	19	3,7	3,7	3,7
	Por vezes	250	48,4	48,4	52,1
	Quase sempre	82	15,9	15,9	68,0
	Raramente	137	26,6	26,6	94,6
	Sempre	28	5,4	5,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

Figura 54 - Tabela de Frequências (P13 – Gestão do Tempo)



Figura 55 - Gráfico de Frequências (P13 – Gestão do Tempo)

De seguida procedeu-se à análise de tabela cruzada no intuito de tentar perceber se existe ou não algum tipo de relação entre a variável de dificuldade sentida na gestão do tempo, pelos estudantes e a variável de quantidade de horas online despendidas pelos alunos por dia. (Ver tabela cruzada no anexo 07)

De acordo com os resultados obtidos anteriormente e com os resultados visíveis também na tabela cruzada, pode-se observar que grande parte dos alunos inquiridos (250 alunos) afirmam ter por vezes dificuldades sentidas na gestão do tempo, sendo que, dentro dos 250 alunos acima descritos, a maioria destes (85 alunos) afirmam passar entre 3h e 6h online por dia, 69 alunos apontam passar mais de 8h ligados à Internet por dia e ainda 63 dos estudantes apontam passar entre 6h e 8h online por dia.

Quanto aos alunos que afirmaram raramente sentir dificuldades na gestão do tempo (137 alunos), grande parte destes estudantes (44 alunos) admitem passar entre 3h e 6h online por dia, 34 estudantes apontam passar mais de 8h por dia, 33 estudantes afirmam passar entre 6h e 8h por dia ligados à Internet e ainda 26 alunos apontam passar 1h e 3h online por dia, enquanto que nenhum destes estudantes afirma passar menos de 1h ligado à Internet.

Em relação aos estudantes que apontaram sentir quase sempre dificuldades na sua gestão do tempo (82 alunos), a maioria destes estudantes (33 alunos) admite passar mais de 8h por dia ligado à Internet, 21 estudantes apontam despende entre 3h e 6h online por dia, 19 estudantes afirmam passar entre 6h e 8h online por dia, apenas 9 estudantes apontam despende entre 1h e 3h por dia ligados à Internet e nenhum aluno aponta passar menos de 1h por dia ligado.

Relativamente aos estudantes que afirmaram sentir sempre dificuldades (28 alunos) na gestão do seu tempo, a maioria destes estudantes (13 alunos) admitem passar mais de 8h por dia ligados à Internet, 9 estudantes apontam passar entre 6h e 8h online, 5 estudantes afirmam despende entre 3h e 6h por dia online embora nenhum dos estudantes apontou passar menos de 1h online por dia.

Por fim, quanto aos estudantes que apontaram nunca sentir dificuldades na sua gestão do tempo (19 estudantes), a grande parte destes estudantes (6 alunos) apontaram despende mais de 8h por dia ligados à Internet, 5 estudantes admitem passar entre 6h e 8h por dia, 4 estudantes admitem passar entre 1h e 3h por dia, apenas 2 estudantes afirmam passar entre 3h e 6h online por dia e apenas outros 2 estudantes admitem passar menos de 1h por dia ligados. (Ver tabela cruzada no anexo 07)

Com estes resultados pode-se observar que existe uma relação significativa entre estas duas variáveis, isto é, pode-se denotar que quanto mais horas os alunos inquiridos despendem online por dia, maior é a tendência destes alunos para sentirem uma certa dificuldade ou sentirem frequentemente dificuldades na gestão do seu tempo.

Quanto à seguinte análise, recorreu-se à Pergunta14 que consiste em tentar entender quais as situações que os estudantes mais se identificam quanto a organização, gestão do tempo na realização de tarefas diversas. Na situação “Deixo o que tenho para fazer para a última da hora”, pode-se notar que 41,7% dos estudantes inquiridos por vezes se identifica com a situação acima referida e 19,6% estudantes se encontra quase sempre na situação mencionada. Na situação “Adio tarefas de hoje para o dia seguinte”, pode-se observar que 49,4% dos estudantes por vezes se relaciona com a situação referida e 20,3% se identifica pontualmente com o caso mencionado.

Em relação à situação “Demoro a iniciar tarefas”, pode-se observar que 42,6% dos estudantes por vezes se relaciona com a situação e 22,1% dos estudantes se identifica quase sempre com a situação descrita. Quanto à situação “Interrompo tarefas com frequência”, pode-se notar que 41,3% dos estudantes assinala que por vezes se identifica com a situação acima mencionada; 20,7% afirma que se relaciona pontualmente com a situação e 18,2% dos estudantes afirma que quase sempre se identifica.

No caso “Desisto facilmente das tarefas”, pode-se observar que 55,2% dos estudantes nunca se identifica com a situação e 29,8% dos estudantes por vezes se relaciona com a situação descrita. Enquanto no caso “Demoro a terminar tarefas”, pode-se notar que 50% dos estudantes inquiridos aponta que por vezes se identifica com a situação assinalada e 19% aponta que pontualmente se relaciona.

Quanto ao caso “Chego atrasado a compromissos”, observa-se que 51,7% dos estudantes nunca se relaciona com a situação descrita e 31,6% por vezes se identifica com a situação mencionada acima. Em relação à situação “Tenho dificuldades em perceber as prioridades entre tarefas”, nota-se que 56,6% dos estudantes inquiridos aponta que nunca se relaciona com a situação e 31,4% dos estudantes afirma que por vezes se identifica.

Na situação “Planeio as minhas atividades seguindo uma ordem durante o dia”, pode-se observar que 35,5% da amostra quase sempre se relaciona com a situação descrita; 27,7% se identifica por vezes e 15,5% dos estudantes aponta que se relaciona pontualmente com a situação mencionada. No caso de “Sigo uma rotina diária”, pode-se notar que 32,6% dos estudantes quase sempre se identificam com a situação; 24,2% estudantes assinala que por vezes e 22,1% aponta que pontualmente se relaciona com a situação descrita.

Em relação ao caso “Quando termino uma tarefa, sei o que fazer em seguida”, pode-se observar que 42,8% dos estudantes inquiridos aponta que quase sempre se identifica com a situação acima mencionada e 20% da amostra afirma que se relaciona por vezes com a situação assinalada. Quanto à situação “Tenho facilidade em iniciar tarefas”, pode-se notar que 38,4% dos estudantes por vezes se relaciona, 23,6% dos estudantes quase sempre e 19,4% da amostra assinala que pontualmente se identifica com a situação acima mencionada.

Enquanto no caso “Tenho facilidade em terminar tarefas antes do prazo”, pode-se observar que 32% dos estudantes se identifica com a situação por vezes; 28,5% dos estudantes se relaciona quase sempre e 20,2% se identifica com a situação pontualmente.

No caso de “Não desisto facilmente das tarefas, persisto até concluir”, pode-se notar que 34,7% dos estudantes quase sempre se relaciona com a situação acima assinalada; 34,5% da amostra aponta que se identifica sempre com esta situação descrita e 16,5% dos estudantes apenas se relaciona por vezes com a situação.

Quanto ao caso “Chego a tempo aos meus compromissos”, pode-se observar que 40,1% dos estudantes inquiridos aponta que se identifica com esta situação sempre e 32,8% da amostra assinala que se identifica quase sempre com a situação acima descrita. Em relação ao caso “Tenho facilidade em perceber as prioridades entre tarefas”, pode-se notar que 32,9% dos estudantes quase sempre se relaciona com a situação acima mencionada; 25% dos estudantes afirma relacionar-se sempre e 20,2% da amostra assinala que se relaciona com a situação pontualmente.

Na situação “Tento fazer várias tarefas em simultâneo (tendo várias aplicações abertas no computador)”, pode-se observar que 27,9% dos estudantes inquiridos se relaciona com esta situação quase sempre; 26,7% se relaciona por vezes e 25,2% dos estudantes identifica-se pontualmente com a situação acima descrita.

Quanto à terceira pergunta de investigação, a seguinte análise aponta para as competências, habilidades que os estudantes possam ter que lhes permita analisar e criticar a informação que obtêm através da Internet, recorrendo a análises anteriores e às Perguntas 15, 16 e 17, assim gerando tabelas e gráficos de frequência (Ver Tabelas e Gráficos no anexo 11 e a lista no anexo 12). A primeira situação é relativa à Pergunta 15, que consiste em perceber quais os tipos de serviços de Internet de cariz académico mais utilizados e a intensidade com que são utilizados pelos estudantes inquiridos. No caso da Scopus, maioria dos estudantes inquiridos (70%) afirma não ter conhecimento deste serviço; enquanto 7,9% dos estudantes aponta usar este serviço pontualmente. Em relação à Web of Science, pode-se observar que grande parte dos estudantes (56,6%) nota que não conhece o serviço; 15,3% dos estudantes afirma que utiliza este serviço por vezes e 9,9% dos estudantes aponta que o utiliza pontualmente.

Quanto ao caso do RCAAP, pode-se observar que 66,7% dos estudantes não tem conhecimento do serviço; enquanto 8,3% da amostra aponta utilizar este serviço quase sempre. Assim como no caso do Scimago que mostra que a maioria dos estudantes não conhece, contando com 82,2% da amostra, e 8,9% dos estudantes afirma não utilizar este serviço. Na situação do Mendeley, pode-se denotar que 54,8% dos estudantes não conhece o serviço; 11,2% dos estudantes afirma utilizar sempre e 9,3% aponta não utilizar este serviço.

No caso da B-on, pode-se observar que 41,3% dos estudantes não tem conhecimento deste serviço; 14% dos estudantes utiliza este serviço quase sempre; 13% dos estudantes utiliza este serviço por vezes; 12,6% utiliza pontualmente; 12,2% utiliza sempre e apenas 7% da amostra não utiliza este serviço. Quanto à situação da EBSCOhost, pode-se notar que 75,8% da amostra não tem conhecimento deste serviço; 7,4% não utiliza este serviço e 5,4% dos estudantes utiliza-o pontualmente.

Na situação das Bibliotecas *Online* das Universidades, pode-se observar que 24,2% dos estudantes utiliza por vezes este serviço; 19,8% dos estudantes afirma que utiliza pontualmente; 17,8% dos estudantes aponta que não utiliza; 16,7% dos estudantes nota que utiliza quase sempre; 11,2% da amostra aponta que utiliza sempre e 10,3% dos estudantes afirma que não conhece. Em relação a outras Bibliotecas *Online* sem ser a relativa à Universidade, pode-se observar que 26,2% dos estudantes utiliza por vezes este serviço; 19,6% dos estudantes afirma que utiliza pontualmente este serviço; 16,1% dos estudantes aponta que não utiliza este serviço; 15,5% da amostra afirma que não tem conhecimento deste serviço; 12,8% aponta que utiliza quase sempre e apenas 9,9% dos estudantes afirma que utiliza sempre este serviço.

Enquanto no caso da Plataforma de Apoio ao Ensino *Moodle*, pode-se notar que 34,9% dos estudantes aponta que utiliza sempre este serviço; 22,7% da amostra aponta que utiliza quase sempre e 14,1% afirma que utiliza por vezes. Quanto ao Google Books, pode-se observar que 22,7% dos estudantes utiliza por vezes este serviço; 22,3% da amostra aponta que utiliza pontualmente; 17,2% afirma que não utiliza; 15,7% aponta utiliza quase sempre; 11,8% afirma que não tem conhecimento do serviço acima mencionado e 10,3% dos estudantes aponta que utiliza sempre este serviço de cariz académico.

A seguinte análise é em relação à Pergunta16, “Neste campo pode-nos indicar que tipo de ferramentas e/ou serviços/aplicações (app, *softwares*, bases de dados ou outros) mais utiliza para as suas atividades enquanto estudante universitário(a)”, de livre resposta, é interessante notar algumas respostas por parte dos estudantes inquiridos: “Para além dos sites referenciados, utilizo o word, agendas virtuais, “softwares” específicos da minha área - vídeo, nvivo, spss...”; “Office (word, excel)”; “UCoimbra”; “Microsoft(Word e Excel) Php Workbench MySQL Xampp PhpMyAdmin Adobe (Premier)”; “Adobe, one drive, e-mail, Facebook (para comunicar em trabalhos de grupo)...”; “Academia.edu”; “Sci-hub, libgen, dicionários online”; “Na minha pesquisa uso, pontualmente bases de dados o resto da investigação é feita a partir da leitura de livros, na sua maioria “reais.””; “medscape, pubmed, nature”; “PubMed, Medscape, Medline, Priberam.”; “elearning”; “Wunderlist Mendeley Google Academic Google Books”; “Excel 2013 Word 2013, elearning”; “Pubmed, Google Scholar.”; “b-on; mendeley”; “Word, SPSS, MaxQDA, Nvivo.”; “Google Scholar, endnote, researchgate, academia-edu, coursera.org, Passei Direto, erudit.org, livrarias online (wook, amazon, book depository).”; “Sobretudo B-on, RCAAP, google académico, Scielo.”; “Google Académico, NCBI, reddit.”; “Facebook, google, Wikipedia, NCBI, PDF reader, Microsoft word, Microsoft PowerPoint, intranet Escola de Ciências da Saúde da UM”; “Motor de busca google Youtube Autodesk Inventor Autodesk Mechanical Simulation Office (word, excel, etc.) Blackboard Wikipedia Biblioteca UMGuimarães (BPG)”; “sdum”; “zotero, ACM Digital Library”; “Zotero”; “Dropbox, Drive, MatLab, Fusion 360, Adobe reader, TypeMail, Chrome, KiCad, Mozilla Thunderbird, Arduino, BS player, FileZilla, ezVid”; “google drive, google keep, office”; “coggle to organize my tasks and projects”; “Wikipedia BioMed Google Académico Google”; ““design” Issues The “design” Journal Springer Link DESIS Google Scholar Button”; “Science Direct”; “Word Excel

Notepad STATA Power Point”; “Foreign policy”; “spss, nvivo, word e excel, Powe; “rpoint (“softwares”); RCAAP; Be - ON; Jstor;”; “MS Office, NVivo, R, SPSS...”. (Ver Anexo 12)

Por último, a seguinte análise teve foco na Pergunta17, esta pretende perceber os que os estudantes fazem com a informação que obtêm através da Internet, dando como opções de escolha aos estudantes diversas situações.

Na situação “Quando uso informação obtida através da Internet tenho sempre a preocupação de verificar a sua credibilidade”, pode-se observar que 47,1% dos estudantes aponta que se relaciona sempre com esta situação mencionada; 34,1% da amostra aponta que se relaciona quase sempre; 9,5% dos estudantes afirma que se relaciona pontualmente; 7,9% dos estudantes aponta que quase sempre e apenas 1,4% da amostra afirma que nunca se relaciona com a situação referida.

Quanto ao caso de “Quando uso informação obtida através da Internet tenho sempre a preocupação de verificar quem é o autor (a sua instituição e credibilidade)”, pode-se notar que 39,9% dos estudantes afirma que se relaciona sempre com esta opção; 30,8% dos estudantes inquiridos aponta que quase sempre se relaciona; 13,4% afirma que se relaciona pontualmente; 11,8% dos estudantes afirma que por vezes e apenas 4,1% da amostra aponta que nunca se relaciona com a situação acima descrita. No caso de “Quando leio um documento que obtive na Internet tento sempre compreender se se trata de informação factual ou apenas opinião”, pode-se observar que 46,7% dos estudantes aponta que sempre se relaciona com a situação assinalada; 35,7% da amostra se relaciona quase sempre; 9,5% dos estudantes aponta que se relaciona pontualmente; 7,4% da amostra afirma que por vezes e apenas 0,8% dos estudantes afirma que nunca se relaciona com a situação assinalada.

Enquanto na situação “Utilizo imagens retiradas da Internet para ilustrar os meus trabalhos académicos, sem ter a preocupação de citar a fonte da imagem”, pode-se observar que 43,4% dos estudantes inquiridos aponta que nunca se relaciona com a situação; 23,3% assinala que por vezes; 13,6% assinala que pontualmente; 13% aponta que quase sempre e apenas 6,8% dos estudantes afirma que sempre se relaciona com o caso acima descrito.

Em relação à situação “Quando visualizo um vídeo na Internet costumo questionar-me sobre a veracidade das imagens (ou seja, questiono-me sobre o grau de manipulação e montagem presente no vídeo),” pode-se notar que 30,2% dos estudantes aponta que se relaciona quase sempre com a situação mencionada; 23,3% da amostra afirma que se relaciona pontualmente; 21,9% aponta que se relaciona com a situação sempre; 19% dos estudantes aponta por vezes e apenas 5,6% afirma que não se relaciona com a situação acima descrita.

Po fim, na situação “Partilho documentos na Internet (por ex. no meu perfil do Facebook ou outra rede) sem ter o cuidado de citar a fonte ou respeitar os direitos de autor”, pode-se observar que 46,1% dos estudantes aponta que nunca se relaciona com a situação acima assinalada; 27,1% dos estudantes aponta que se relaciona por vezes; 11,8% da amostra aponta que quase sempre; 11,4% afirma que se relaciona pontualmente e apenas 3,5% dos estudantes aponta que se relaciona sempre com a situação acima mencionada.

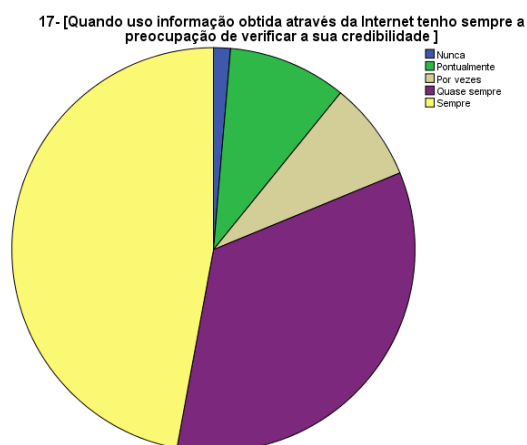


Figura 56 - Gráfico de Frequências (P17 – Credibilidade01)

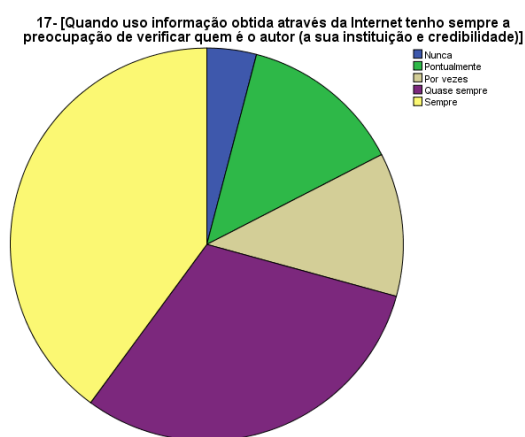


Figura 57 - Gráfico de Frequências (P17 – Credibilidade02)

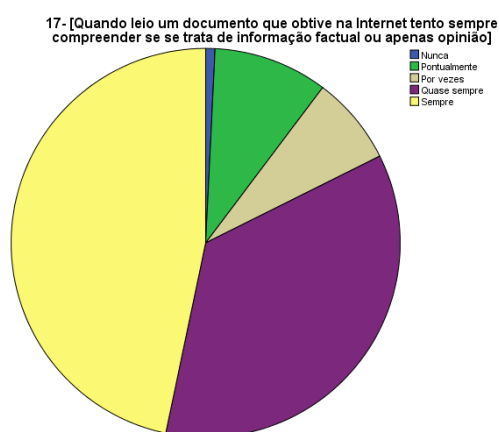


Figura 58 - Gráfico de Frequências (P17 – Factual/Opinião)

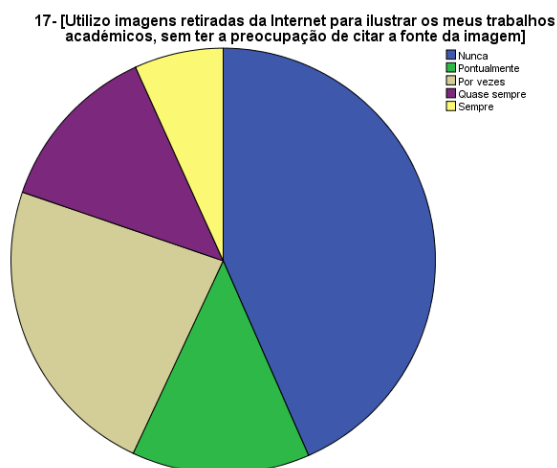


Figura 59 - Gráfico de Frequências (P17 – Imagens)

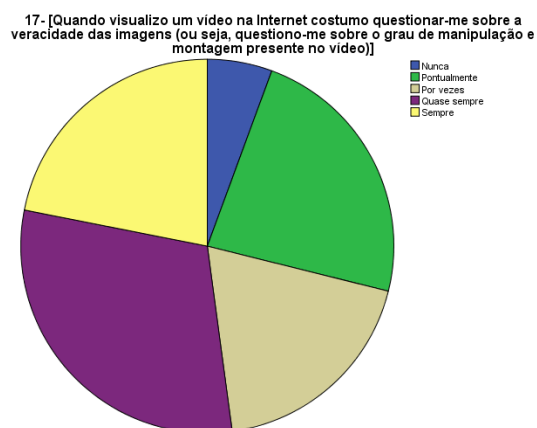


Figura 60 - Gráfico de Frequências (P17 – Vídeos)

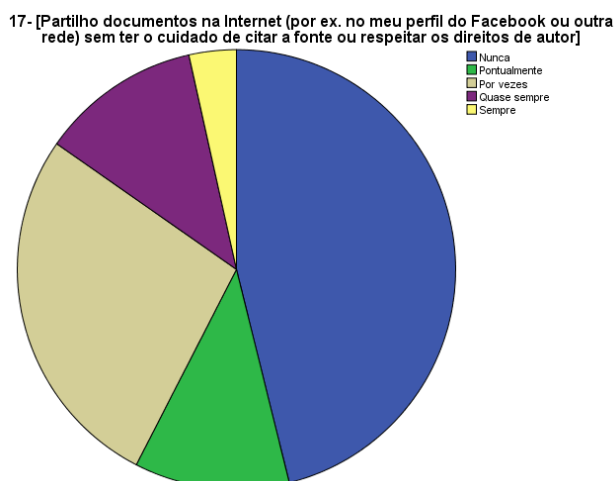


Figura 61 - Gráfico de Frequências (P17 – Partilha)

Conclusão

A pesquisa, realizada no âmbito desta dissertação, teve como objetivo final responder à questão de investigação principal e duas questões complementares: 1 – Quais as tendências de utilização da Internet, pelos estudantes universitários portugueses, hoje em dia? / Which are the trends in Internet usage by college students nowadays? 2 – Quais as implicações dos usos da Internet no uso social do tempo por parte dos estudantes universitários? / Which are the implications of the Internet usage in the social usage of time by college students? 3 – Quais as competências infocomunicacionais que os estudantes universitários têm que lhes permitam um uso analítico e crítico da Internet? / Which are the infocommunicational skills that college students have that allow them to make analytical and critical use of the Internet?

Para concretizar este objetivo, procedeu-se à realização de um enquadramento teórico que permitisse compreender o contexto contemporâneo em relação ao uso das ferramentas *online*, especificamente em contexto académico, compreender de que forma a Internet influencia a organização do tempo dos estudantes e ainda quais as competências que os estudantes realmente têm que lhes permitam ter uma visão analítica e crítica sobre a Internet e o conteúdo académico desta. Quanto ao trabalho empírico, foi criado um questionário *online*, distribuído pelos e-mails das Universidades públicas portuguesas e divulgado nas redes sociais. Após a recolha, tratamento e análise dos dados deste inquérito, apresentaram-se as principais conclusões.

Respostas às questões de investigação

Quanto aos dados iniciais recolhidos, teve-se como conclusões que grande parte da amostra é composta por mulheres, representadas por 69,2% da amostra. No que diz respeito à idade, a amostra mostra ter em maioria as idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos. Em relação à área de estudo, pôde-se notar que grande parte da amostra é composta por estudantes da área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito. No que se refere ao grau académico, pôde-se observar que grande parte dos estudantes pertencem ao grau de Licenciatura e, quanto à Universidade, pôde-se notar que grande parte dos alunos estudam na Universidade de Évora.

Relativamente às práticas dos estudantes e aos diferentes tipos de serviços de Internet mencionados no questionário, pôde-se concluir que estes utilizam em permanência ou muito o Google, o Facebook, o Youtube, o E-mail (correio eletrónico) e o Chat *Online* (como o messenger do Facebook). Ainda quanto à frequência na utilização dos serviços, pode-se observar que os estudantes universitários usam pontualmente ou frequentemente a Wikipédia, o Google Académico e os serviços de Videoconferência (como por exemplo o Skype). Assim como se pode concluir que grande parte dos estudantes não utiliza ou raramente utiliza o serviço Twitter, o Tumblr, o Instagram, os Jogos *Online*, os Jogos *Off-line*, o Vimeo, o Spotify, o E-bay, o OLX, os Fóruns de Discussão (como por exemplo o Reddit) e as aplicações de Chat (como o Viber, o WhatsApp e o LineApp). Por fim, pôde-se também observar que a maioria dos

estudantes demonstra não ter conhecimento do serviço Academia.edu, do serviço ResearchGate e do serviço Wish.

Tendo em consideração as perguntas iniciais de investigação, as hipóteses de resposta aventadas e a análise feita aos resultados do questionário criado, que conta com 516 submissões (verificado a dia 05 de julho de 2016), mostra-se como conclusão:

Pergunta - Quais as tendências de utilização da Internet, pelos estudantes universitários portugueses, hoje em dia? / Which are the trends in Internet usage by college students nowadays?

Resposta – Tendo em conta os resultados do questionário, pode-se observar que os estudantes têm tendência a estar sempre em contacto com a Internet (sempre ligados), ou a aceder à Internet na parte da tarde e noite, no seu dia-a-dia.

Dentro deste hábito, notou-se que grande parte, ou seja, 42,9% das mulheres e 26,8% dos homens inquiridos tinham idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos. Com o mesmo hábito, notou-se que 30% das mulheres inquiridas fazem parte da área de Ciências Sociais do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito e 36,1% dos homens inquiridos fazem parte da área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção. Considerando o mesmo hábito, mais de 50% das mulheres inquiridas estudam na Licenciatura e 47,4% dos homens também estudam na Licenciatura. Grande parte dos estudantes do género feminino, isto é, mais de 40,1%, estuda na Universidade de Évora e grande parte dos estudantes do género masculino, ou seja, 42,3% também estuda na Universidade de Évora.

Quanto à intensidade de utilização da Internet por parte dos estudantes universitários que apontam estar sempre ligados à Internet, pode-se observar que os estudantes passam mais de oito horas na Internet por dia, sendo que, 41% das mulheres inquiridas passa mais de 8 horas por dia, assim como 48,5% dos homens inquiridos.

Ainda quanto aos resultados, pode-se observar que grande parte dos estudantes acede à Internet sempre através do computador portátil, ou seja, 208 dos estudantes inquiridos; assim como também utilizam sempre o *smartphone* para aceder à Internet, contando com 195 dos estudantes inquiridos; enquanto no caso do computador fixo, a grande parte dos estudantes, isto é, 140 dos estudantes inquiridos, aponta não ter posse deste tipo de dispositivo, como acontece com o *tablet*, que 106 estudantes apontam também não possuir.

Em relação à amostra em geral, pode-se notar que 30,4% dos estudantes universitários acede à Internet diariamente entre 3 horas e 6 horas: enquanto 30% da amostra aponta aceder à Internet por mais de 8h por dia, como se pode observar em análises anteriores.

Quanto à utilização de serviços de Internet específicos, pode-se observar que em grande parte dos serviços se denotam similariedades entre os géneros que constituem a amostra e apenas uma parte dos serviços utilizados mostra alguma diferenciação entre géneros. Os serviços que apresentam similariedades entre géneros são o Google, a Wikipédia, o

Academia.edu, o Facebook, o Twitter, os Jogos *Online* e *Off-line*, o Youtube, o Vimeo, o Spotify, o E-mail (correio eletrónico), o E-bay, o OLX, o Google Académico, o Chat *Online*, como o Messenger do Facebook, e as aplicações de Chat, como o Viber e o Line App. Os serviços de Internet que demonstram algumas diferenças entre géneros são: o ResearchGate, onde se nota que os homens usam mais este tipo de serviço, embora a grande parte dos estudantes de ambos os géneros não o conheça; o Tumblr, onde se nota menor conhecimento deste tipo de serviço por parte dos homens inquiridos; o Instagram, que demonstra que as mulheres têm maior tendência para usar este serviço do que os homens; a loja online Wish, onde a maioria das mulheres demonstra não conhecer este serviço, enquanto a maioria dos homens não utiliza este tipo de serviço; os Fóruns de Discussão, como o Reddit, onde se denota menor conhecimento deste serviço por parte das mulheres; os serviços de videoconferência, como o Skype, onde se verifica menor uso por parte dos estudantes do género masculino.

Em relação a idades e à utilização dos serviços de Internet, pode-se observar que não existe grandes diferenças entre idades, no que diz respeito à utilização dos serviços de Internet, sendo que em todos os tipos de serviços online existem usuários de idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos. Em grande parte, o Google abrange idades desde os 17 anos e os 30 anos, assim como o caso do E-mail, do E-bay e Fóruns de Discussão; enquanto o Academia.edu, o ResearchGate, o Twitter, o Tumblr, o Instagram, os jogos *Online* e *Off-line*, o Vimeo, o Spotify, o Chat *Online*, como o Messenger do Facebook, e as aplicações de chat, como o Viber e o Line App, abrangem em grande parte idades entre os 17 e os 24 anos.

Quanto à relação entre a utilização dos serviços e as áreas de estudo a que os estudantes pertencem, não se observa grandes diferenças, sendo que em grande parte os estudantes estudam nas áreas de Ciências Sociais do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito, assim como pertencem às áreas relacionadas com as Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas. Em relação à utilização dos serviços de Internet e os graus académicos a que estes pertencem, também não existem diferenças significativas, sendo que a maioria os estudantes, em todos os serviços apontados no questionário, pertencem ao grau de Licenciatura, seguido do Mestrado e em terceiro do Doutoramento.

Considerando a relação entre o horário adotado pelos estudantes para aceder à Internet e o uso dos serviços de Internet, também não se denotam diferenças significativas entre estas duas variáveis, sendo que o facto de os estudantes usarem um tipo de serviço específico não é afetado pelo facto de estarem sempre *online* num panorama geral. No caso da relação entre a intensidade de utilização da Internet no dia-a-dia e os serviços utilizados, encontram-se similaridades, no caso dos serviços apontados no questionário, os estudantes apontam aceder diariamente à Internet por mais de oito horas ou ainda entre três e seis horas.

Quanto à utilização individual de cada serviço, numa visão geral, pode-se observar que na maioria, no caso do Google, este é usado em permanência (66,1% da amostra); a Wikipédia

é utilizada pontualmente (29,1% da amostra); o Academia.edu não é conhecido (45,2% da amostra); tal como acontece em casos similares como o ResearchGate, o Twitter, o Tumblr, o Instagram, os jogos *Online* e *Off-line*, o Vimeo, o Spotify, o E-bay, a Wish, o OLX, os Fóruns de Discussão, como o Reddit, e as aplicações de Chat, como o Viber, Line App e o WhatsApp. No caso do Facebook, este é utilizado em permanência pela maioria dos estudantes (45,3% da amostra); o Youtube é utilizado muito (29,1% da amostra) ou em permanência (28,3% da amostra); o E-mail (correio eletrónico) é utilizado em permanência, assim como o Chat *online*, como o Messenger do Facebook (66,5% e 32,2% da amostra) e por fim o Google Académico e os serviços de videoconferência, como o Skype, são utilizados pontualmente (20% e 24,2% da amostra).

Em relação à utilização dos dispositivos móveis para aceder à Internet, pode-se observar que grande parte dos estudantes não possui computadores fixos ou *tablets* (44,4% e 34,3% da amostra, respetivamente) e a maioria dos estudantes utiliza em permanência os computadores portáteis e os *smartphones* para aceder à Internet (61,2% e 51,2% da amostra, respetivamente). Quanto à utilização dos serviços de Internet e as finalidades para a utilização dos mesmos, a maioria dos estudantes aponta que, no caso do Google, da Wikipédia e do E-mail (correio eletrónico), os utilizam para finalidades académicas e pessoais; enquanto no caso do Academia.edu grande parte dos estudantes inquiridos não tem conhecimento do serviço ou não utiliza, como o caso do ResearchGate, Twitter, Tumblr, Instagram, Jogos *Online* e/ou *Off-line*, Vimeo, Spotify, E-bay, Wish, OLX, os Fóruns de Discussão, como o Reddit, os serviços de videoconferência, como o Skype, e as aplicações de Chat, como o Line App, o Viber e o WhatsApp, No caso do Facebook e dos serviços de Chat *online*, como o Messenger do Facebook. os estudantes apontam que utilizam este para finalidades pessoais e sociais; enquanto, no caso do Youtube, a maioria dos estudantes aponta que utiliza este serviço para finalidades pessoais.

Por fim, ainda em relação a esta pergunta de investigação, procedeu-se a uma análise sobre os serviços de Internet que os estudantes possam utilizar para lazer e divertimento, sendo que as opções com que os estudantes mais se identificam são: “A coordenação entre mim e os meus amigos para as atividades de lazer e/ou saídas noturnas é realizada através do smartphone (app do tipo WhatsApp, chat do Facebook, Viber, etc.)” e “Vejo séries de televisão e/ou filmes num site de stream (ex: Wareztuga)”, situações onde os estudantes apontam que se relacionam frequentemente e ainda se relacionam por vezes com as situações: “Vejo vídeos cómicos/divertidos na Internet” e “Observo catálogos de compras e compro produtos online”.

Pergunta - Quais as implicações dos usos da Internet no uso social do tempo por parte dos estudantes universitários? / Which are the implications of the Internet usage in the social usage of time by college students?

Resposta – Considerando os resultados obtidos nas análises anteriores, pode-se observar então que a maioria dos estudantes se identifica quase sempre com as seguintes

opções: “Vejo filmes, documentários, notícias e outros serviços de televisão na Internet” (30,4% da amostra); a situação “Utilizo a Internet para consultar horários e/ou comprar bilhetes de transportes (autocarro, comboio, avião, etc)” (28,3% da amostra); a opção “Utilizo o *smartphone* e/ou computador para consultar mapas, utilizo gps ou google maps.” (26,9% da amostra); e a situação “Tenho com os meus colegas grupo(s) privado(s) no Facebook (ou outras redes sociais) onde partilhamos materiais e interagimos uns com os outros” (34,3% da amostra). Assim como se pode observar que, por vezes ou pontualmente, os alunos se relacionam com algumas situações, como por exemplo a situação “Mesmo estando com família, ou com amigos, tenho em atenção e respondo a mensagens e/ou telefonemas (tenho as notificações ativas)”, contando com 39,5% da amostra, afirmando relacionar-se por vezes; e ainda a situação “Acedo a vídeos no Youtube (ou outra plataforma) para aprender novos conteúdos”, contando com 38,2% da amostra que afirma se relacionar pontualmente.

Em relação ao tipo de actividades e o tempo que os alunos dispõem nelas, pode-se observar que a maioria dos estudantes passa, em média, entre uma hora e três horas por dia, tanto em actividades de carácter pessoal (41,3% da amostra), de carácter social (39,9% da amostra) e/ou de carácter académico (38,6% da amostra). Quanto à existência ou não de dificuldades na gestão do tempo por parte dos estudantes universitários, pode-se observar que grande parte dos estudantes inquiridos aponta que por vezes sente dificuldades, sendo então esta opinião representada por 48,4% da amostra.

Em relação a situações diversas que foram nomeadas no questionário sobre possíveis facilidades ou dificuldades na gestão do tempo, na vida dos estudantes, pode-se observar que grande parte dos estudantes se identifica quase sempre com as situações: “Planeio as minhas actividades seguindo uma ordem durante o dia”, contando com 35,5% da amostra; a situação “Sigo uma rotina diária”, contando com 32,6% dos alunos inquiridos; a situação “Quando termino uma tarefa, sei o que fazer em seguida”, com 42,8% da amostra; a situação “Não desisto facilmente das tarefas, persisto até concluir”, contando com 34,7% da amostra; a situação “Tenho facilidade em perceber as prioridades entre tarefas”, contando com 32,9% dos estudantes inquiridos; e a situação “Tento fazer várias tarefas em simultâneo (tendo várias aplicações abertas no computador)” com 27,9% da amostra. Por fim, pode-se observar que grande parte dos alunos se identifica sempre com a situação “Chego a tempo aos meus compromissos”, contando com 40,1% da amostra; assim como se podem observar outras situações com as quais os alunos se relacionam por vezes, como por exemplo a situação “Adio tarefas de hoje para o dia seguinte”, contando com 49,4% da amostra.

Ainda de acordo com a gestão do tempo, pode-se observar que existe uma correlação entre a dificuldade sentida na gestão do tempo e o número de horas passadas online por dia na vida dos estudantes, ou seja, pode-se concluir que quanto mais horas os alunos inquiridos dispenderem online por dia, maior é a tendência destes alunos para sentirem uma certa dificuldade ou sentirem frequentemente dificuldades na gestão do seu tempo.

Pergunta - Quais as competências infocomunicacionais que os estudantes universitários têm que lhes permitam um uso analítico e crítico da Internet? / Which are the infocommunicational skills that college students have that allow them to make analytical and critical use of the Internet?

Resposta – Tendo em consideração as análises anteriores, pode-se observar que grande parte dos estudantes inquiridos não tem conhecimento dos serviços de carácter académico nomeados no questionário, embora exista uma pequena porção de estudantes que aponte ter conhecimento da existência dos serviços descritos e/ou mesmo utilize. Não obstante, pôde-se então apoiar o estudo "Distance students and online research: Promoting information literacy through media literacy" (Van de Vord, 2010), este aponta que a população estudantil sente em falta habilidade de pensamento crítico para avaliar a relevância, a confiabilidade, a plenitude e a precisão da informação acedida. Ou seja, de acordo com o estudo, os estudantes de hoje não possuem as habilidades de literacia necessárias para o sucesso, o que se pode confirmar com os seguintes resultados: no caso da Scopus, 70% da amostra apontou não ter conhecimento da existência deste serviço ; no caso da Web of Science, 56,6% dos estudantes inquiridos apontam o mesmo ; quanto ao RCAAP, 66,7% aponta a mesma situação de desconhecimento ; no caso do Scimago, 82,2% da amostra; e, no caso do EBSCOHost, 75,8% da amostra aponta a mesma situação. Enquanto que em relação ao serviço Mendeley, embora haja também desconhecimento por grande parte dos estudantes (54,8%), uma pequena porção da amostra (11,2%) aponta utilizar este serviço em permanência/sempre, o que acontece similarmente com a situação da B-on, que também 41,3% dos estudantes aponta não conhecer, mas apenas 14% da amostra afirma utilizar quase sempre.

Ainda em relação a estes serviços, pode-se notar que grande parte dos estudantes mostra relacionar-se com: as Bibliotecas *Online* das Universidades, contando com 24,2% dos alunos que aponta utilizar este serviço por vezes e ainda 19,8% da amostra aponta utilizar pontualmente ; as Bibliotecas *Online* não relacionadas com as Universidades, com 26,2% da amostra apontando utilizar por vezes este serviço e 19,6% dos alunos apontando utilizar pontualmente ; o serviço Google Books, que conta com 22,7% dos estudantes, estes apontando que utilizam este serviço por vezes ; e por fim o serviço do *Moodle*, que conta com 34,9% dos estudantes inquiridos, sendo que estes apontam utilizar em permanência/sempre este serviço de carácter académico.

Quanto ao comportamento dos estudantes na utilização da informação obtida pela Internet, pode-se observar que grande parte dos alunos se identifica com as situações: "Quando uso informação obtida através da Internet tenho sempre a preocupação de verificar a sua credibilidade", que conta com 47,1% da amostra e aponta que se relaciona sempre; no caso de "Quando uso informação obtida através da Internet tenho sempre a preocupação de verificar quem é o autor (a sua instituição e credibilidade)", pode-se notar que 39,9% da amostra aponta que se relaciona sempre com a situação; também a situação "Quando leio um

documento que obtive na Internet tento sempre compreender se se trata de informação factual ou apenas opinião” conta com 46,7% dos estudantes e aponta que estes se relacionam; e ainda a situação “Quando visualizo um vídeo na Internet costumo questionar-me sobre a veracidade das imagens (ou seja, questiono-me sobre o grau de manipulação e montagem presente no vídeo)” que conta com 30,2% da amostra e aponta que se relaciona quase sempre. Por fim, pode-se observar que, nas restantes situações, os estudantes não se relacionam, sendo que na situação “Utilizo imagens retiradas da Internet para ilustrar os meus trabalhos académicos, sem ter a preocupação de citar a fonte da imagem”, pode-se observar que 43,4% da amostra aponta que nunca se relaciona; na situação “Partilho documentos na Internet (por ex. no meu perfil do Facebook ou outra rede) sem ter o cuidado de citar a fonte ou respeitar os direitos de autor”, também se pode notar que os estudantes não se relacionam com a situação descrita.

Tendo em conta as hipóteses formuladas, teve-se como objetivo contestar ou validar as mesmas, sendo que, após a análise, pôde-se concluir que quanto à Hipótese 01 “Existe diferenças nos tipos de serviços online utilizados pelos alunos de diferentes anos na Universidade, assim como o tempo despendido online e motivações.” e a Hipótese 02 “As tendências na utilização da Internet pelos estudantes dos diferentes anos, tempo e motivações são semelhantes.”, a primeira hipótese é rejeitada e a segunda é apoiada, sendo que existem em grande parte mais similaridades do que diferenças entre os tipos de serviços utilizados pelos estudantes universitários e os seus graus académicos, intensidade com que os serviços são utilizados e as finalidades com que são utilizados.

Quanto à Hipótese 03 “O tempo como recurso social é tido como curto pelos estudantes universitários. A vida social do estudante sofre alterações. (O tempo social que podia ser gasto em namorar, comer, etc., é na verdade gasto online/ vício)” e a Hipótese 04 “A utilização da Internet não influencia o tempo social dos estudantes universitários, podendo fazer grande parte do tempo dos estudos, mas não retirando o tempo social para outras tarefas como comer, passear, etc. A organização da vida social não sofre influência. (Não desencadeia um vício significativo nos alunos)”, pode-se concluir que a hipótese 04 não pode ser completamente rejeitada pois não se aplica a toda a amostra, mas pode-se observar que a tendência reside na hipótese 03, sendo que grande parte da amostra aponta despende uma grande porção do seu tempo do dia-a-dia na Internet, ou seja, grande parte dos estudantes despendem entre três e seis horas em cada tipo de actividades (académicas, esportivas e sociais) diariamente, e podem despende entre seis horas e oito horas ou mais de oito horas, ao todo, na Internet diariamente. Esta situação pode considerar-se um vício, quanto à quantidade de horas despendidas na Internet, de acordo com o artigo “Internet Addiction In Students: Prevalence And Risk Factors” (Kuss, Griffiths, Binder, & Street, 2013), no qual se apresentam as diferenças entre os estudantes viciados na Internet e os não viciados, sendo que os estudantes não viciados na Internet utilizam maioritariamente para finalidades académicas, e despendem entre 4h e 5h por dia, enquanto os estudantes viciados podem despende entre 7h e 8h por dia ou mais. Pode-se

então considerar que a Internet realmente influencia o tempo social do estudante, pois mesmo estando a realizar tarefas como comer ou conversar, o estudante mantém-se ligado à Internet e utiliza esta de diferentes formas, como descritas no questionário. Em relação à Hipótese 05 “As competências infocomunicacionais dos estudantes permitem um uso analítico e crítico da Internet” e à Hipótese 06 “As habilidades infocomunicacionais dos alunos universitários não permitem um uso analítico e crítico da Internet”, pode-se observar que em grande parte os estudantes mostram não ter conhecimento ou mesmo raramente usar certos tipos de serviços de carácter académico, embora haja uma pequena percentagem de estudantes que utilize, por vezes ou frequentemente, estes tipos de serviços, isto é, pode-se concluir que as competências infocomunicacionais que grande parte dos estudantes inquiridos têm não lhes permite um uso analítico e crítico da Internet – rejeita-se então a hipótese 05 e apoia-se a hipótese 06.

Por fim, quanto à Hipótese 07 “A Internet e seus respetivos serviços apresenta-se como um instrumento permanentemente presente nas rotinas quotidianas dos jovens universitários”, pode-se validar a mesma, ou seja, os estudantes apontam optar por estar sempre ligados à Internet como horário preferível na sua rotina e utilizam a Internet em grande parte para finalidades académicas, sendo que a maioria dos estudantes aponta despende entre uma hora e seis horas por dia neste tipo de actividades académicas.

Grau de cumprimento dos objetivos e Limitações da Investigação

Quanto aos problemas encontrados no processo de investigação, realçamos o atraso com que grande parte das etapas foi concluída, como por exemplo, a complementação da revisão literária que não se pôde concluir como desejado, assim como a divulgação do questionário pelas Universidades, que demorou mais tempo do que o esperado por falta de respostas suficientes na amostra durante os primeiros pedidos pelo correio eletrónico.

Uma das grandes limitações sentidas foi o facto de se utilizar um inquérito online, este não preve casualidade, pode não ser clara a informações obtida através dos inquéritos online se os inquiridos não tiverem literacia digital ou vice-versa.

Mesmo apesar destas dificuldades, as Universidades tiveram uma capacidade de resposta muito boa após certo número de pedidos, dando assim uma amostra maior que a esperada, o que ajudou imenso esta investigação.

Perspetivas de trabalho futuro

No que respeita ao que talvez seria de interesse investigar, uma possibilidade seria aprofundar melhor sobre a razão por detrás do desinteresse sob alguns serviços online de teor académico, tais como o Researchgate, o Academia.edu, a Scopus, a B-On, o Moodle, as bibliotecas online e ainda o Mendeley. Assim como descobrir as razões por detrás do desinteresse, tentar informar melhor os estudantes sobre estas ferramentas e incentivar o uso destas na investigação académica, o que pode ser de interesse para estudos futuros.

Bibliografia

- Almousa, O. (2011). Users' Classification and Usage-Pattern Identification in Academic Social Networks. In *2011 IEEE Jordan Conference on Applied Electrical Engineering and Computing Technologies (AECT)* (pp. 1–6). IEEE. <http://doi.org/10.1109/AECT.2011.6132525>
- Aquino, C., & Martins, J. (2007, August). Ócio , lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho. *Revista Mal-Estar E Subjetividade, Fortaleza, Vol.07, N.02*, 479–500. Retrieved from http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1518-61482007000200013&script=sci_arttext&lng=en
- Bicen, H., & Cavus, N. (2011). Social network sites usage habits of undergraduate students: case study of Facebook. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, Near East University, Nicosia*, 28, 943–947. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.174>
- Bicen, H., & Cavus, N. (2012). Twitter Usage Habits of Undergraduate Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, Near East University, Nicosia*, 46(2009), 335–339. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.117>
- Biddix, J. P., Chung, C. J., & Park, H. W. (2011). Convenience or credibility? A study of college student online research behaviors. *The Internet and Higher Education, Valdosta State University*, 14(3), 175–182. <http://doi.org/10.1016/j.iheduc.2011.01.003>
- Borges, J., & Oliveira, L. (2011a). Competências infocomunicacionais em ambientes digitais. *Observatorio (OBS*) Journal, Universidade Federal Da Bahia, Brasil E Universidade de Aveiro, Portugal*, 5(4), 291–326.
- Borges, J., & Oliveira, L. (2011b). Competências infocomunicacionais em ambientes digitais. *Observatorio (OBS*) Journal, Universidade Federal Da Bahia, Brasil E Universidade de Aveiro, Portugal*, 5(4), 291–326.
- Brophy, J., & Bawden, D. (2005). Is Google enough? Comparison of an internet search engine with academic library resources. *Aslib Proceedings, City University, London, UK*, 57(6), 498–512. <http://doi.org/10.1108/00012530510634235>
- Burke, S. ., Snyder, S., & R.C. Roger. (2009). An assessment of faculty usage of YouTube as a teachingresource. *The Internet Journal of Allied Health Sciences and Practice, College of Allied Health & Nursing at Nova Southeastern University*, 7(1), 1–8. <http://doi.org/10.1353/cj.0.0098>
- Buzzetto-More, N. a. (2014). An Examination of Undergraduate Student's Perceptions and Predilections of the Use of YouTube in the Teaching and Learning Process. *Interdisciplinary Journal of E-Learning & Learning Objects, University of Maryland Eastern Shore*, 10(JANUARY 2014), 17–32. Retrieved from <http://www.proxy.its.virginia.edu/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ehh&AN=96373082&site=ehost-live>
- Cheung, C. M. K., Chiu, P. Y., & Lee, M. K. O. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior, Hong Kong Baptist University, Hong Kong*,

- 27(4), 1337–1343. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2010.07.028>
- Dalfovo, M. S., Lana, R. A., & Silveira, A. (2008). Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Universidade Regional de Blumenau*, (2005), 1–13. Retrieved from http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/metodos_quantitativos_e_qualitativos_um_resgate_teorico.pdf
- Debrand, C. C., & Johnson, J. J. (2008). Gender differences in email and instant messaging : A study of undergraduate business information systems students. *Journal of Computer Information Systems, Utah State University*, 48(3), 20–30. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08874417.2008.11646018>
- Denison, D. R., & Montgomery, D. (2012). Annoyance or Delight? College Students' Perspectives on Looking for Information. *The Journal of Academic Librarianship, Oklahoma Wesleyan University*, 38(6), 380–390. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.acalib.2012.08.007>
- Eales-Reynolds, L.-J., Gillham, D., Grech, C., Clarke, C., & Cornell, J. (2012). A study of the development of critical thinking skills using an innovative web 2.0 tool. In *Nurse education today, Kingston University, Flinders University, University of South Australia, University of Westminster* (Vol. 32, pp. 752–6). Cambridge UK: Elsevier. <http://doi.org/10.1016/j.nedt.2012.05.017>
- Edonkumoh Victor, E. (2015). Impact of Smartphones/Tablets on the information seeking behaviour of medical students and staff of Niger Delta University Bayelsa State - Nigeria. *Library Philosophy and Practice, University of Nebraska - Lincoln Library*, 2015(1).
- Gürol, A. (2010). Comparison of the internet usage levels amongst final year students of faculty of medicine and health colleges in Turkey: According to the gender variable. *Telematics and Informatics, Firat University, Faculty of Education, Turkey*, 27(4), 433–440. <http://doi.org/10.1016/j.tele.2010.04.001>
- Hartman, K. A., & Mullen, L. B. (2008). *Google Scholar and Academic Libraries: An Update. New Library World, Rutgers University* (Vol. 109). Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/03074800810873560>
- J.Head, A., & B. Eisenberg, M. (2010). How today's college students use Wikipedia for course-related research. *First Monday, University of Washington*, 15(3), 1–13.
- Junco, R. (2013). iSpy : seeing what students really do online. *Learning, Media and Technology, Harvard University*, 39(1), 75–89. <http://doi.org/10.1080/17439884.2013.771782>
- Knight, C. G., & Kaye, L. K. (2014). "To tweet or not to tweet?" A comparison of academics' and students' usage of Twitter in academic contexts. *Innovations in Education and Teaching International, Edge Hill University*, 3297(April 2015), 1–11. <http://doi.org/10.1080/14703297.2014.928229>
- Ku, C. H., Kwak, M., Yurov, K. M., & Yurova, Y. V. (2014). A study of the influence of gaming behavior on academic performance of IT college students. In *Gaming Behavior and Academic Performance, 20th Americas Conference on Information Systems, University*

- Middle Georgia State College, Nova Southeastern University. Association for Information Systems. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84905967646&partnerID=tZOtx3y1>
- Kuss, D. J., Griffiths, M. D., Binder, J. F., & Street, B. (2013). Internet Addiction In Students: Prevalence And Risk Factors. *Computers in Human Behavior, Nottingham Trent University*, 29(3), 959–966. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563212003664>
- Lee, J.-M., & Song, Y.-S. (2015). Mobile information-seeking behavior. A comparative study. *IFLA Journal, Kyungsung University, University of Illinois at Urbana-Champaign*, 41(2), 153–161. <http://doi.org/10.1177/0340035215583501>
- Leite, U. R., Tamayo, Á., & Günther, H. (2003). Organização do uso do tempo e valores de universitários. *Avaliação Psicológica, Universidade de Brasília*, 1, 57–66. Retrieved from http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1677-04712003000100007&script=sci_arttext&tlng=en
- Lourenço, M. C. (2016, March). O Uso do tempo em uma população de adultos jovens universitários: Um estudo exploratório. *Revista Brasileira de Iniciação Científica, Itapetinga, Vol.03, N.03, Universidade Federal de São Carlos*, 75–89.
- Megwalu, A. (2015). ResearchGate: An Academic Social Networking Site. *The Charleston Advisor, The City University of New York*, (July), 47–51. <http://doi.org/10.5260/chara.17.1.47>
- Miconi, A. (2014). Dialectic of Google. In R. K. and M. Rasch (Ed.), *Society of the Query Reader: Reflections on Web Search, Amsterdam: Institute of Network Cultures* (pp. 30–40). Society of the Query Reader. Retrieved from http://networkcultures.org/query/wp-content/uploads/sites/4/2014/06/2.Andrea_Miconi.pdf
- Nuno, P., Jos, C., & Lisboa, L. (2012). *Videojogos e Desenvolvimento de Competências: Estudo sobre a Perspetiva dos Estudantes Universitários*. Universidade Aberta, Lisboa.
- Obercom. (2014). *A Internet em Portugal – Sociedade em Rede 2014*.
- Obercom. (2015). *A Internet e o consumo de notícias online em Portugal*.
- Pegrum, M. (2010). “I link, therefore I am”: Network literacy as a core digital literacy. *E-Learning and Digital Media*, 7(4), 346–354. <http://doi.org/10.2304/elea.2010.7.4.346>
- Sanchez, A., Granado, A., & Antunes, J. L. (2014). *Redes Sociais para Cientistas*. Lisboa: Nova Escola Doutoral – Reitoria da Universidade NOVA de Lisboa.
- Sook, L. (2009). How and Why Do College Students Use Wikipedia? *Journal of the American Society for Information Science and Technology, St. Catherine University*, 60(11), 2189–2202. <http://doi.org/10.1002/asi.21142>
- Suzuki, F. T. I., Matias, M. V., Silva, M. T. A., & De Oliveira, M. P. M. T. (2009). O uso de videogames, jogos de computador e internet por uma amostra de universitários da Universidade de São Paulo. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria, Universidade de São Paulo*, 58(3), 162–168. <http://doi.org/10.1590/S0047-20852009000300004>
- Thelwall, M., & Kousha, K. (2013). Academia.edu: Social Network or Academic Network?

- International Review of Research in Open and Distance Learning*, University of Wolverhampton, 14(4), 90–103. <http://doi.org/10.1002/asi>
- Thelwall, M., & Kousha, K. (2014). Academia.edu: Social Network or Academic Network? *Journal of the Association for Information Science and Technology*, University of Wolverhampton, 65(4), 721–731. <http://doi.org/10.1002/asi>
- Tomos, F., Miller, C., Jones, P., Djebarni, R., Olubode, O. O., Obaju-Falade, P., ... Asmath, T. (2013). *Impact of internet usage on students' academic performance. Proceedings of the European Conference on e-Learning, ECEL, University Gujranwala, Pakistan*. Academic Conferences Limited. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84899567448&partnerID=tZOtx3y1>
- Truell, A. D., Alexander, M., Zhao, J. J., & Woosley, S. (2010). Online Shopping Factors : an Analysis of College Students ' Experiences Based on Gender. *Issues in Information Systems*, Ball State University, XI(1), 451–459.
- University of Sheffield Management School. (2015). *You've got mail !*
- Vaidhyathan, S. (2009). The Googlization of universities. *The NEA 2009 Almanac of Higher Education*, University of Virginia, 72. Retrieved from http://www-ns.isea.org/assets/img/PubAlmanac/ALM_09_06.pdf%5Cnpapers2://publication/uuid/82B66A42-80CC-4783-B1D0-647DBD03734F
- Van de Vord, R. (2010). Distance students and online research: Promoting information literacy through media literacy. *The Internet and Higher Education*, Washington State University, 13(3), 170–175. <http://doi.org/10.1016/j.iheduc.2010.03.001>

Anexos

Anexo01 – Modelo de Análise

Modelo de Análise

Anexo 01

Conceitos	Dimensões	Componentes	Indicadores
Internet	Dispositivos Fixos e Dispositivos Móveis	Intensidade	Nº de pessoas que não usam certos dispositivos para aceder à internet
			Nº de pessoas que raramente usam a internet
			Nº de pessoas que usam frequentemente a internet
			Nº de pessoas que usam em permanência a internet
		Finalidade	Nº de pessoas que utilizam a internet com finalidade social
			Nº de pessoas que utilizam a internet com finalidade pessoal
			Nº de pessoas que utilizam a internet com finalidade académica
			Nº de pessoas que utilizam a internet com várias finalidades
Uso social do Tempo	Gestão e Organização	Intensidade	Nº de pessoas que dispensa mais tempo a usar a internet para actividades académicas do que na vida do dia-a-dia
			Nº de pessoas que dispensa mais tempo a usar a internet para actividades sociais do que na vida do dia-a-dia
			Nº de pessoas que dispensa mais tempo a usar a internet para actividades pessoais do que na vida do dia-a-dia
			Nº de pessoas que passa mais de uma hora na internet por dia
			Nº de pessoas que passa mais de três horas na internet por dia
			Nº de pessoas que passa mais de seis horas na internet por dia
			Nº de pessoas que passa mais de oito horas na internet por dia
			Nº de pessoas que deixa o que tem para fazer à última da hora
			Nº de pessoas que adia (ou não) as tarefas para o dia seguinte

Modelo de Análise

		Dificuldade e/ou Facilidade	Nº de pessoas que demora a iniciar ou terminar tarefas
			Nº de pessoas que interrompe (ou não) tarefas com frequência
			Nº de pessoas que desiste (ou não) facilmente das tarefas
			Nº de pessoas que chega (ou não) atrasadas a compromissos
			Nº de pessoas que tem dificuldade ou facilidade em perceber prioridades
			Nº de pessoas que segue uma rotina diária
			Nº de pessoas que têm facilidade em iniciar ou terminar tarefas
			Nº de pessoas que tenta realizar várias tarefas em simultâneo
			Nº de pessoas com dificuldades em terminar uma tarefa
Competências Infocomunicacionais	Dimensão Operacional	Motores de Busca de Informação	Nº de pessoas que sabem inserir os termos de busca no campo adequado
			Nº de pessoas que executam uma operação de busca adequada
		Mecanismos de Comunicação	Nº de pessoas que reconhecem os mecanismos disponíveis
			Nº de pessoas que sabem receber, abrir e enviar arquivos anexados
	Dimensão Informacional	Aceder a Informações	Nº de pessoas que sabem escolher um sistema de busca adequado ao tipo de informação necessária
			Nº de pessoas que compreendem os diferentes formatos de informação
		Avaliação de informação	Nº de pessoas que compreendem e interpretam as informações obtidas
			Nº de pessoas que sabem avaliar as informações quanto a aspectos como pertinência, confiabilidade, correcção e veracidade
			Nº de pessoas que verificam as fontes quanto à fidedignidade
			Nº de pessoas que diferenciam a informação factual de opinião
			Nº de pessoas que seleccionam a informação pertinente
		Construção de conhecimento em colaboração	Nº de pessoas que sabem mobilizar as redes sociais para conseguir ajuda quando precisam
			Nº de pessoas que conseguem trabalhar em cooperação via rede

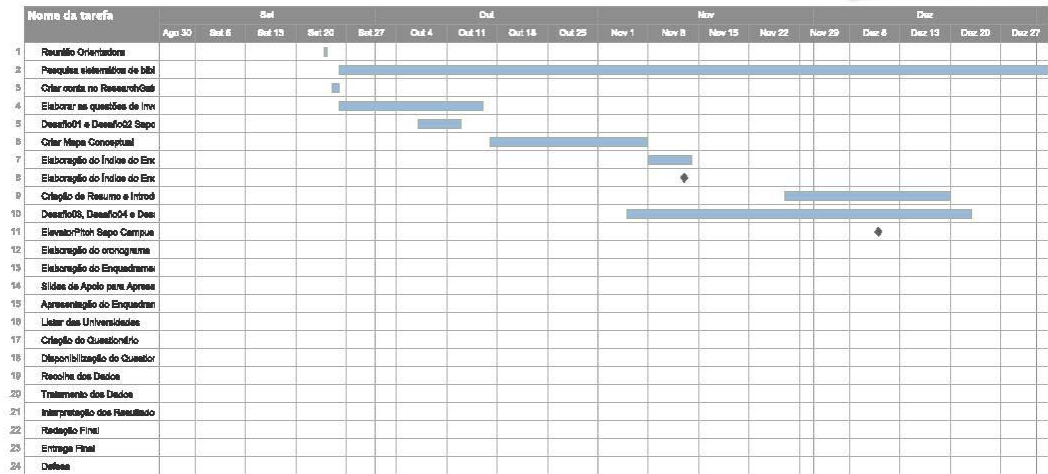
Modelo de Análise

	Dimensão Comunicacional		Nº de pessoas que argumentam e defendem opiniões
		Avaliação da Comunicação	Nº de pessoas que discriminam mensagens indesejáveis, como spams e vírus
			Nº de pessoas que julgam questões de privacidade e segurança antes de disponibilizar informações
			Nº de pessoas que compreendem as consequências de uma publicação online
			Nº de pessoas que consideram aspectos legais e éticos da comunicação
			Nº de pessoas que avaliam a própria comunicação
Estudantes Universitários	Género	Masculino	Nº de estudantes do sexo masculino
		Feminino	Nº de estudantes do sexo feminino
	Idade		Nº de estudantes com idades compreendidas entre os 17 anos e os 20 anos
			Nº de estudantes com idades compreendidas entre os 21 anos e os 24 anos
			Nº de estudantes com idades compreendidas entre os 25 anos e os 30 anos
			Nº de estudantes com idades compreendidas entre os 31 anos e os 35 anos
			Nº de estudantes com idades compreendidas entre os 35 anos e os 40 anos
			Nº de estudantes com mais de 40 anos de idade
	Área de Estudos		Nº de estudantes que pertencem à área de Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito
			Nº de estudantes que pertencem à área de Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção
			Nº de estudantes que pertencem à área de Ciências da Saúde e Serviços Sociais
			Nº de estudantes que pertencem à área de Artes e Humanidades
			Nº de estudantes que pertencem à área de Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas
			Nº de estudantes que pertencem à área de Pedagogia
			Nº de estudantes que pertencem à área de Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança

Anexo02 - Cronograma

Projeto de Dissertação

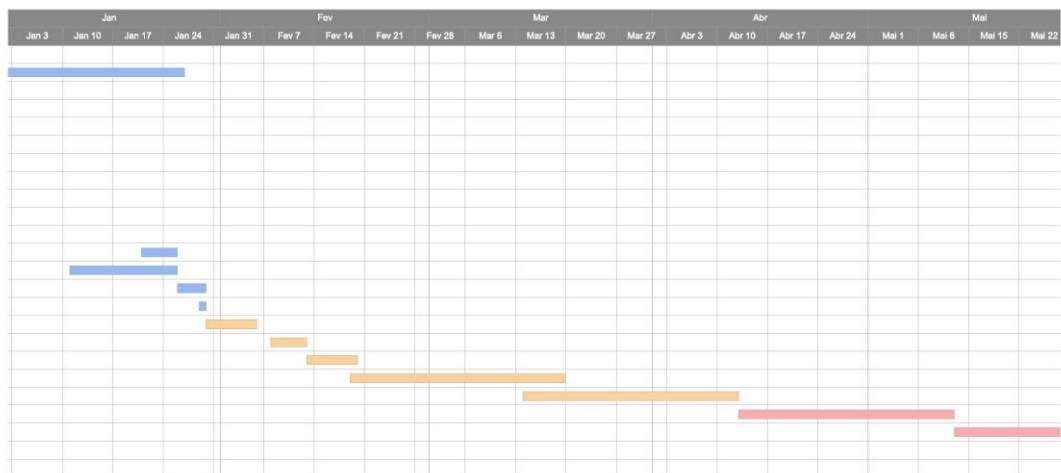
Anexo 02



Exportado em 25 de Janeiro de 2016 22h21min00s WET

Página 1 de 3

Anexo 02



Exportado em 25 de Janeiro de 2016 22h21min00s WET

Página 2 de 3

Anexo 02



Exportado em 25 de Janeiro de 2016 22h21min00s WET

Página 3 de 3

	Nome da tarefa	Q2			Q3	
		abr	mai	jun	jul	ago
1	Divulgação do Questionário					
2	Tratamento dos Dados					
3	Análise dos Dados					
4	Conclusões em relação à a					
5	Ajuste da Revisão Literária					
6	Últimos Ajustes do Projeto					
7	Entrega do Projeto à Orient					

Anexo03 – Questionário

Anexo 03

Page 1 of 12

1- Género*...

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

2- Idade*...

- ☐ 17 - 20 anos
- ☐ 21 - 24 anos
- ☐ 25 - 30 anos
- ☐ 31 - 35 anos
- ☐ 35 - 40 anos
- ☐ + 40 anos

3- Área de Estudo*...

- ☐ Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito
- ☐ Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção
- ☐ Ciências da Saúde e Serviços Sociais
- ☐ Artes e Humanidades
- ☐ Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas
- ☐ Pedagogia
- ☐ Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança
- ☐ Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária
- ☐ Other:

After page 1

Continue to next page

Page 2 of 12

4- Grau Académico no qual é aluno*...

- ☐ Licenciatura
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutoramento
- ☐ Other:

5- Seleccione a Universidade em que é estudante*...

- ☐ Universidade Aberta
- ☐ Universidade dos Açores
- ☐ Universidade do Algarve
- ☐ Universidade de Aveiro

- ☐ Universidade da Beira Interior
- ☐ Universidade de Coimbra
- ☐ Universidade de Évora
- ☐ Universidade de Lisboa
- ☐ ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa
- ☐ Universidade Nova de Lisboa
- ☐ Universidade Técnica de Lisboa
- ☐ Universidade da Madeira
- ☐ Universidade do Minho
- ☐ Universidade do Porto
- ☐ Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

After page 2

Continue to next page

Page 3 of 12

6- Quais os serviços que utiliza e com que intensidade, quando acede à Internet? (na lista abaixo assinale o que melhor corresponde ao seu caso)*_

	Não conhe ço	Nã o uso	Raramen te uso	Uso pontualme nte	Uso frequenteme nte	Uso muit o	Uso em permanênc ia/ sempre
Google	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikipedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Academia.edu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ResearchGate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tumblr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogos Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogos Offline (Download)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vimeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spotify	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-mail (Correio Eletrónico)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-bay	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wish	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Não conhe ço	Nã o uso	Raramen te uso	Uso pontualme nte	Uso frequenteme nte	Uso muit o	Uso em permanênc ia/ sempre
OLX	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fóruns de Discussão (ex: Reddit)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Google Académico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconferên cia (ex. Skype)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chat on-line (Chat do Facebook ou outro)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou outro)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

After page 3

Continue to next page

Page 4 of 12

7- Acede à internet através de que dispositivos? (na lista abaixo assinale o que melhor corresponde ao seu caso)* _

	Não tenho este tipo de dispositi vo	Nã o uso	Raramen te uso	Uso pontualme nte	Uso frequenteme nte	Uso muit o	Uso em permanênc ia/ sempre
Computad or Fixo (secretária)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computad or Portátil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smartpho ne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tablet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

After page 4

Continue to next page

Page 5 of 12

8- Indique os serviços/aplicações que utiliza para as finalidades abaixo indicadas. *_

	Não conheço este serviço	Não utilizo este serviço	Soci al (ex: conviver e interagir online)	Acadé mica (ex: pesquisa acadé mica)	Pesso al (ex: gostos ou interesses pessoais)	Social e Acadé mica	Acadé mica e Pessoal	Pessoal e Social	Todas as finalidades acima mencionadas	Nenhuma das finalidades acima mencionadas
Google	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikipedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Academia.edu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Research Gate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tumblr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogos Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogos Offline (Download)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vimeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spotify	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-mail (Correio Eletrónico)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-bay	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wish	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OLX	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fóruns de Discussão (ex:Reddit)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconferência (ex. Skype)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Não conheço este serviço	Não utilizo este serviço	Social (ex: conviver e interagir online)	Académica (ex: pesquisa académica)	Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	Social e Académica	Académica e Pessoal	Pessoal e Social	Todas as finalidades acima mencionadas	Nenhuma das finalidades acima mencionadas
-----------------------------------	-----------------------------------	---	---------------------------------------	--	--------------------	---------------------	------------------	--	---

Chat (Chat do Facebook ou outro)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou outro)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
After page 5									
Continue to next page									

Page 6 of 12

9- Em que horário costuma aceder à internet?* _

- ☐ Manhã
- ☐ Tarde
- ☐ Noite
- ☐ Sempre Ligado

After page 6									
Continue to next page									

Page 7 of 12

10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?* _

- ☐ Menos de uma hora
- ☐ Entre uma e três horas
- ☐ Entre três horas e seis horas
- ☐ Entre seis horas e oito horas
- ☐ Mais de oito horas

11- Face às afirmações abaixo assinale na escala o que melhor corresponde ao seu caso.* _

	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
Acedo a vídeos no Youtube (ou outra plataforma) para aprender novos conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enquanto como (tomo as refeições) tenho por hábito estar conectado à Internet (nomeadamente, através do smartphone)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesmo quando me deito para dormir, deixo o telemóvel e/ou o computador ligado e com aplicações a correr e/ou sinais sonoros de chegada de mensagens ou chamadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesmo estando numa situação de intimidade com o/a namorado/a tenho em atenção e respondo a mensagens e/ou telefonemas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durante o horário de estudo tenho o hábito de ter o perfil da rede social (Facebook e/ou outra(s)) aberto de modo a ir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
acompanhando o que acontece					
Enquanto trabalho em projetos académicos e/ou estudo tenho por hábito aceder a música ou vídeos na internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Passo mais horas a jogar on-line do que a estudar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enquanto estou na sala de aula deixo o telemóvel e/ou o computador ligado e com aplicações a correr e/ou notificações ativas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesmo estando com família, ou com amigos, tenho em atenção e respondo a mensagens e/ou telefonemas (tenho as notificações ativas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizo a internet para observar catálogos de compras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leio livros, jornais ou revistas acedendo à internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
Vejo filmes, documentários, notícias e outros serviços de televisão na internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizo a internet para consultar horários e/ou comprar bilhetes de transportes (autocarro, comboio, avião, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizo o smartphone e/ou computador para consultar mapas, utilizo gps ou google maps.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gravo, sem autorização, as aulas com o smartphone (som e/ou imagem) para mais tarde poder ouvir e/ou partilhar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho com os meus colegas grupo(s) privado(s) no Facebook (ou outras redes sociais) onde partilhamos materiais e interagimos uns com os outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando partilho materiais em grupo(s) privado(s) no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
Facebook (ou outras redes sociais) não tenho cuidado com as questões dos direitos de autor e/ou citar as fontes dos documentos					
After page 7					
Continue to next page					

Page 8 of 12

12- Indique quanto tempo dispensa ligado à internet, por dia, nas seguintes actividades.* _

	Menos de uma hora	Entre uma e três horas	Entre três horas e seis horas	Entre seis horas e oito horas	Mais de oito horas
Académicas (Horas de estudo e projetos académicos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pessoais (Assistir vídeos, jogar jogos offline, ler jornais, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sociais (Escrever em fóruns de discussão, contactar amigos e/ou família em redes sociais, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13- Com que frequência sente dificuldades em gerir o seu tempo? * _

- ☐ Nunca
- ☐ Raramente
- ☐ Por vezes
- ☐ Quase sempre

- ☐ Sempre

After page 8

Continue to next page

Page 9 of 12

14- Assinale na lista abaixo as afirmações que melhor se adequam ao seu caso.*

	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
Deixo o que tenho para fazer para a última da hora	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adio tarefas de hoje para o dia seguinte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Demoro a iniciar tarefas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interrompo tarefas com frequência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desisto facilmente das tarefas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Demoro a terminar tarefas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chego atrasado a compromissos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho dificuldades em perceber as prioridades entre tarefas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planeio as minhas atividades seguindo uma ordem durante o dia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sigo uma rotina diária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando termino uma tarefa, sei o que fazer em seguida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
Tenho facilidade em iniciar tarefas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho facilidade em terminar tarefas antes do prazo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não desisto facilmente das tarefas, persisto até concluir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chego a tempo aos meus compromissos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho facilidade em perceber as prioridades entre tarefas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tento fazer várias tarefas em simultâneo (tendo várias aplicações abertas no computador)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
After page 9					
Continue to next page					

Page 10 of 12

15- Assinale na lista abaixo os serviços que costuma utilizar no âmbito das suas atividades académicas.*

	Não conheço	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
Scopus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Web of Science	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RCAAP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scimago	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mendeley	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Não conheço	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
B-on	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EBSCOhost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biblioteca on-line da sua Universidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outras Bibliotecas on-line	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plataforma de Apoio ao Ensino (Moodle)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Google books	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16- Neste campo pode-nos indicar que tipo de ferramentas e/ou serviços/aplicações (app, softwares, bases de dados ou outros) mais utiliza para as suas atividades enquanto estudante universitário(a)

After page 10

Continue to next page

Page 11 of 12

17- Quando utiliza a informação que obteve através da Internet... (Assinale na lista abaixo a opção que melhor corresponde ao seu caso)*...

	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
Quando uso informação obtida através da Internet tenho sempre a preocupação de verificar a sua credibilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando uso informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
obtida através da Internet tenho sempre a preocupação de verificar quem é o autor (a sua instituição e credibilidade)					
Quando leio um documento que obtive na Internet tento sempre compreender se se trata de informação factual ou apenas opinião	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizo imagens retiradas da Internet para ilustrar os meus trabalhos académicos, sem ter a preocupação de citar a fonte da imagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando visualizo um vídeo na Internet costumo questionar-me sobre a veracidade das imagens (ou seja, questiono-me	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Nunca	Por vezes	Pontualmente	Quase sempre	Sempre
sobre o grau de manipulação e montagem presente no video)					
Partilho documentos na Internet (por ex. no meu perfil do Facebook ou outra rede) sem ter o cuidado de citar a fonte ou respeitar os direitos de autor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

After page 11

Continue to next page

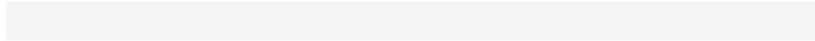
Page 12 of 12

18- Muitas vezes a Internet é utilizada para fins de lazer e diversão. Assinale na lista abaixo o que melhor corresponde a sua situação.*_

	Uso durante "horas infinitas"	Frequentemente	Muitas vezes	Por vezes	Quase nunca	Nunca	Não conheço
A coordenação entre mim e os meus amigos para as atividades de lazer e/ou saídas noturnas é realizada através do smartphone (app do tipo WhatsApp, chat do Facebook, Viber, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Costumo usar redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Uso durante "horas infinitas "	Frequentement e	Muita s vezes	Por veze s	Quas e nunca	Nunc a	Não conheç o
aleatórias como o chatroulette							
Jogo on-line em equipa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vejo vídeos cómicos/divertidos na Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frequento sites de sexo on-line (cybering)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogo on-line individualmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participo em chamadas de grupo on-line (ex: usando o Skype)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frequento sites de procura de parceiro(a) como o Badoo e Meetme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frequento Forúms de discussão como o Reddit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vejo séries de televisão e/ou filmes num site de stream (ex: Wareztuga)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Observo catálogos de compras e compro produtos on-line	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acompanho vídeos de um youtuber específico on-line (sejam vídeos cómicos ou não)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19- Aqui gostaríamos que nos falasse da sua experiência on-line para fins de lazer e diversão. O que mais faz, o que lhe dá mais prazer fazer, aquilo em que consome mais tempo....



Anexo04 – Resultados do Questionário

Prestador	Gênero	-idade	Área de Atuação	A- Grau Acadêmico no E- Selo de Qualidade em Serviços	F- Quais os serviços que	F- Quais os serviços que	F- Quais os serviços que	F- Quais os serviços que	F- Quais os serviços que	F- Quais os serviços que	F- Quais os serviços que	F- Quais os serviços que
11/03/2016 11:41:51	Masculino	21 - 24 anos	Engenharia, Tecnologia, Ciências Sociais, do Co	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo	Não contepo	Não contepo	Não contepo	Não contepo
11/03/2016 11:42:35	Masculino	25 - 30 anos	Ciências Sociais, do Co	Licenciatura	Universidade de Aveiro	Usou muito	Usou parcialmente	Raramente uso	Usou frequentemente	Raramente uso	Não contepo	Usou frequentemente
11/03/2016 15:53:47	Feminino	+40 anos	Ciências Sociais, do Co	Doutoramento	Universidade de Aveiro	Usou em permanência / Usou parcialmente	Raramente uso	Raramente uso	Usou frequentemente	Raramente uso	Não contepo	Usou em permant
11/03/2016 16:15:49	Feminino	17 - 20 anos	Economia	Licenciatura	Universidade de Coimbra	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo	Usou muito	Não contepo	Usou muito
11/03/2016 20:47:47	Masculino	21 - 24 anos	Engenharia, Tecnologia, Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou muito	Não contepo	Não contepo	Usou muito	Raramente uso	Não contepo
11/03/2016 21:04:46	Feminino	17 - 20 anos	Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou muito	Usou frequentemente	Não contepo	Não contepo	Usou muito	Não contepo	Usou frequentemente
11/03/2016 21:28:25	Masculino	21 - 24 anos	Design	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou muito	Não contepo	Não contepo	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo
11/03/2016 21:34:53	Feminino	21 - 24 anos	Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou muito	Usou frequentemente	Não contepo	Não contepo	Usou frequentemente	Raramente uso	Usou muito
11/03/2016 21:41:20	Masculino	21 - 24 anos	Engenharia, Tecnologia, Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo	Não contepo	Usou frequentemente	Usou frequentemente	Usou frequentemente
11/03/2016 22:30:54	Feminino	21 - 24 anos	Artes e Humanidades	Mestrado	Universidade de Aveiro	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou muito	Usou frequentemente	Não contepo	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou frequentemente	Usou muito
12/03/2016 00:33:47	Feminino	17 - 20 anos	Ciências da Saúde e B	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Raramente uso
12/03/2016 01:30:08	Masculino	25 - 30 anos	Game Design	Mestrado	Universidade da Beira In	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo	Usou frequentemente	Não contepo	Raramente uso
18/03/2016 15:37:36	Masculino	25 - 30 anos	Ciências Sociais, do Co	Mestrado	Universidade de Aveiro	Usou muito	Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo	Usou muito	Usou frequentemente	Usou muito
21/03/2016 18:45:47	Masculino	17 - 20 anos	Direito	Licenciatura	Universidade de Coimbra	Usou muito	Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo	Usou frequentemente	Não contepo	Usou muito
07/04/2016 17:58:52	Feminino	21 - 24 anos	Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade de Aveiro	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Raramente uso	Não contepo	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Usou muito
09/04/2016 19:43:50	Masculino	25 - 30 anos	Artes e Humanidades	Licenciatura	BISCE - Instituto Univers	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo
09/04/2016 20:01:01	Feminino	17 - 20 anos	Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou muito	Não contepo	Não contepo	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Usou parcialmente
09/04/2016 20:31:28	Feminino	25 - 30 anos	Engenharia, Tecnologia, Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou muito	Não contepo	Não contepo	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Usou frequentemente
09/04/2016 20:47:13	Masculino	25 - 30 anos	Artes e Humanidades	Mestrado	Universidade de Aveiro	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou muito	Usou frequentemente	Usou parcialmente	Usou em permanência / Usou parcialmente	Raramente uso	Raramente uso
09/04/2016 20:57:21	Feminino	21 - 24 anos	Artes e Humanidades	Mestrado	Universidade de Aveiro	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou parcialmente	Raramente uso	Usou parcialmente	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou parcialmente	Usou em permant
09/04/2016 23:17:51	Feminino	17 - 20 anos	Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou muito	Não contepo	Não contepo	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Usou em permanência / Usou em permant
10/04/2016 01:41:20	Feminino	17 - 20 anos	Ciências Sociais, do Co	Mestrado	Universidade de Aveiro	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou frequentemente	Usou frequentemente	Não contepo	Usou frequentemente	Usou parcialmente	Usou frequentemente
10/04/2016 03:44:41	Masculino	21 - 24 anos	Ciências Sociais, do Co	Licenciatura	Universidade de Aveiro	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou frequentemente	Raramente uso	Usou muito	Usou parcialmente	Usou parcialmente	Não contepo
10/04/2016 13:01:09	Masculino	25 - 30 anos	Engenharia, Tecnologia, Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade de Aveiro	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou muito	Usou frequentemente	Raramente uso	Usou muito	Raramente uso	Raramente uso
10/04/2016 13:45:52	Feminino	17 - 20 anos	Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou muito	Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo	Usou muito	Raramente uso	Usou frequentemente
10/04/2016 18:18:34	Masculino	+40 anos	Artes e Humanidades	Doutoramento	Universidade do Porto	Usou muito	Usou parcialmente	Raramente uso	Não contepo	Usou muito	Não contepo	Não contepo
11/04/2016 01:15:33	Feminino	17 - 20 anos	Ciências Sociais, do Co	Licenciatura	Universidade da Beira In	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou parcialmente	Usou frequentemente	Não contepo	Usou parcialmente	Usou parcialmente	Usou frequentemente
10/04/2016 20:27:13	Feminino	21 - 24 anos	Artes e Humanidades	Licenciatura	Universidade da Madeira	Usou em permanência / Usou parcialmente	Usou muito	Usou parcialmente	Raramente uso	Usou em permanência / Usou parcialmente	Não contepo	Não contepo

[illegible][illegible]

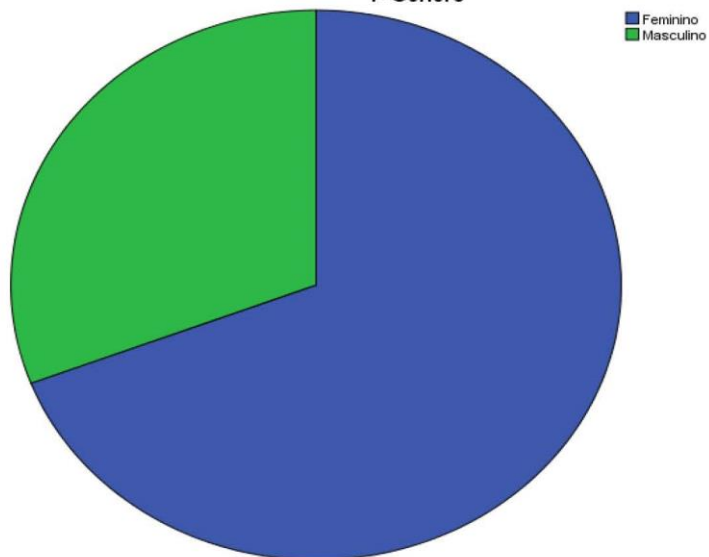
133

Anexo 05

1- Género

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Feminino	357	69,2	69,2	69,2
	Masculino	159	30,8	30,8	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

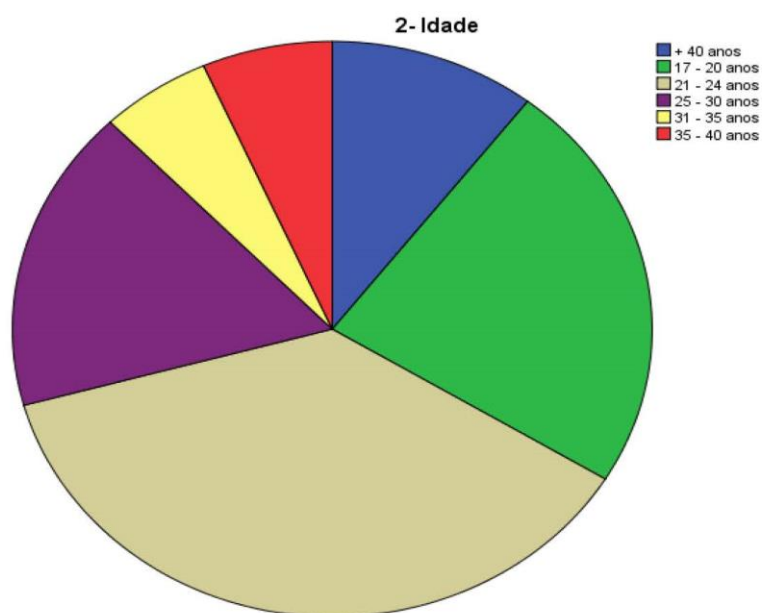
1- Género



2- Idade

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	+ 40 anos	54	10,5	10,5	10,5
	17 - 20 anos	120	23,3	23,3	33,7
	21 - 24 anos	191	37,0	37,0	70,7
	25 - 30 anos	88	17,1	17,1	87,8
	31 - 35 anos	29	5,6	5,6	93,4

35 - 40 anos	34	6,6	6,6	100,0
Total	516	100,0	100,0	



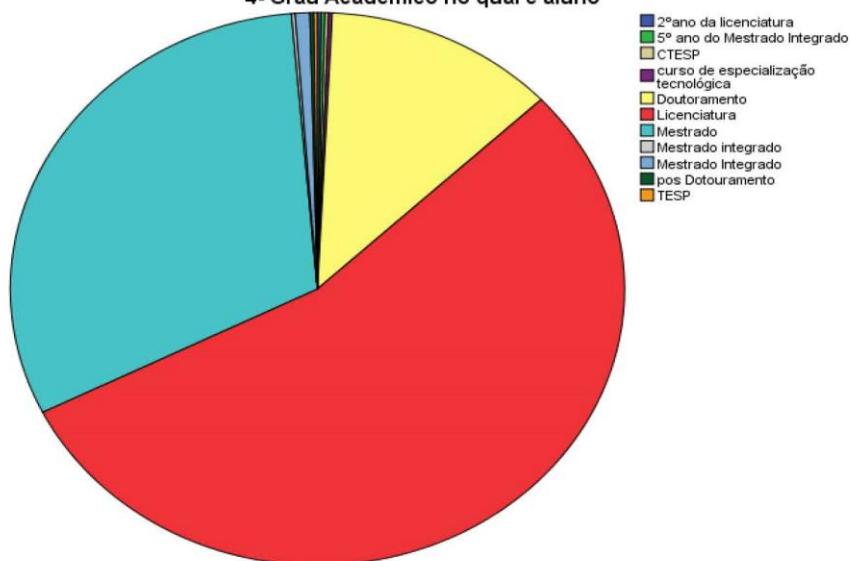
3- Área de Estudo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	13	2,5	2,5	2,5
	arquitetura paisagista	1	0,2	0,2	2,7
	Arquitetura Paisagista	1	0,2	0,2	2,9
	Artes e Humanidades	62	12,0	12,0	14,9
	Biologia	2	0,4	0,4	15,3

Bioquímica	1	0,2	0,2	15,5
Biotecnologia	1	0,2	0,2	15,7
Ciências da Ecologia e Paisagem	1	0,2	0,2	15,9
ciências da educação	1	0,2	0,2	16,1
Ciências da Educação	1	0,2	0,2	16,3
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	37	7,2	7,2	23,4
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	67	13,0	13,0	36,4
Ciências Políticas	2	0,4	0,4	36,8
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	149	28,9	28,9	65,7
Design	4	0,8	0,8	66,5
Design Multimedia	1	0,2	0,2	66,7
Direito	1	0,2	0,2	66,9
economia	1	0,2	0,2	67,1
Economia	3	0,6	0,6	67,6
Educação	2	0,4	0,4	68,0
Educação básica	1	0,2	0,2	68,2
Educação Física e Desporto	2	0,4	0,4	68,6
Enfermagem	3	0,6	0,6	69,2

Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	88	17,1	17,1	86,2
Ensino Especial	1	0,2	0,2	86,4
Financeira	1	0,2	0,2	86,6
Game Design	1	0,2	0,2	86,8
gestão	1	0,2	0,2	89,5
gestão	2	0,4	0,4	87,2
Gestão	11	2,1	2,1	89,3
gestão da qualidade	1	0,2	0,2	89,7
Gestão do Património Cultural	1	0,2	0,2	89,9
História	1	0,2	0,2	90,1
Informatica	1	0,2	0,2	90,3
Línguas	1	0,2	0,2	90,5
Línguas e Relações Empresariais	1	0,2	0,2	90,7
Marketing	4	0,8	0,8	91,5
Medicina	1	0,2	0,2	91,7
Museologia	1	0,2	0,2	91,9
Negócios Internacionais	1	0,2	0,2	92,1
Pedagogia	17	3,3	3,3	95,3
Psicologia	2	0,4	0,4	95,7
Psicologia Clínica	1	0,2	0,2	95,9
Relações Internacionais	1	0,2	0,2	96,1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	19	3,7	3,7	99,8
Sociologia da saúde	1	0,2	0,2	100,0

4- Grau Académico no qual é aluno

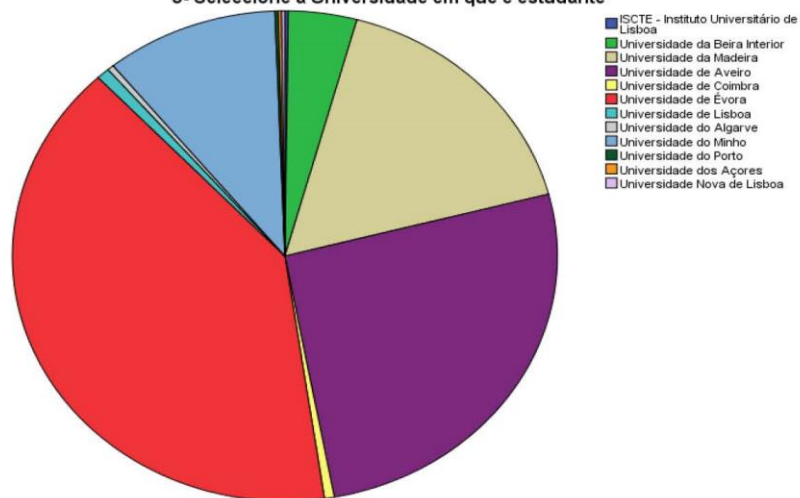


5- Selecciona a Universidade em que é estudante

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	0,2	0,2	0,2
	Universidade da Beira Interior	21	4,1	4,1	4,3
	Universidade da Madeira	86	16,7	16,7	20,9
	Universidade de Aveiro	135	26,2	26,2	47,1
	Universidade de Coimbra	3	0,6	0,6	47,7
	Universidade de Évora	208	40,3	40,3	88,0
	Universidade de Lisboa	4	0,8	0,8	88,8
	Universidade do Algarve	2	0,4	0,4	89,1

Universidade do Minho	53	10,3	10,3	99,4
Universidade do Porto	1	0,2	0,2	99,6
Universidade dos Açores	1	0,2	0,2	99,8
Universidade Nova de Lisboa	1	0,2	0,2	100,0
Total	516	100,0	100,0	

5- Seleccione a Universidade em que é estudante

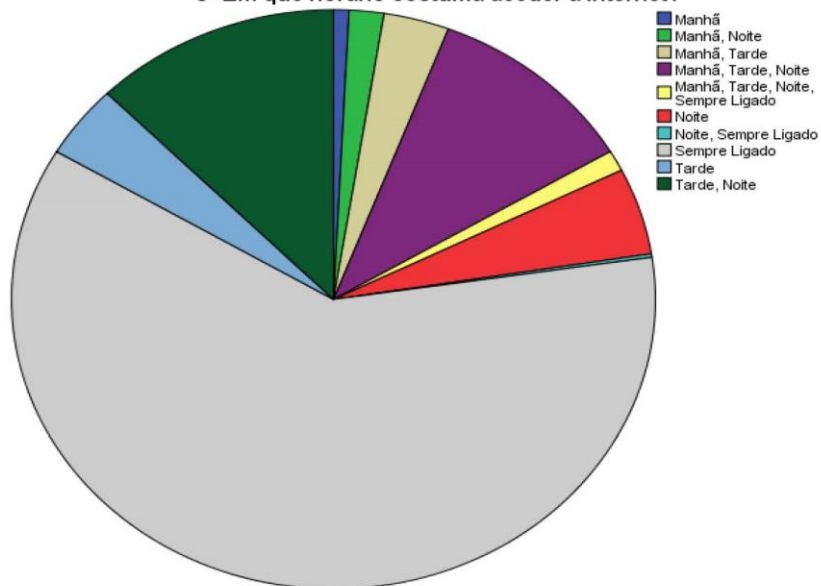


9- Em que horário costuma aceder à internet?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Manhã	4	0,8	0,8	0,8
	Manhã, Noite	9	1,7	1,7	2,5
	Manhã, Tarde	17	3,3	3,3	5,8
	Manhã, Tarde, Noite	55	10,7	10,7	16,5
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	6	1,2	1,2	17,6
	Noite	25	4,8	4,8	22,5

Noite, Sempre Ligado	1	0,2	0,2	22,7
Sempre Ligado	314	60,9	60,9	83,5
Tarde	21	4,1	4,1	87,6
Tarde, Noite	64	12,4	12,4	100,0
Total	516	100,0	100,0	

9- Em que horário costuma aceder à internet?

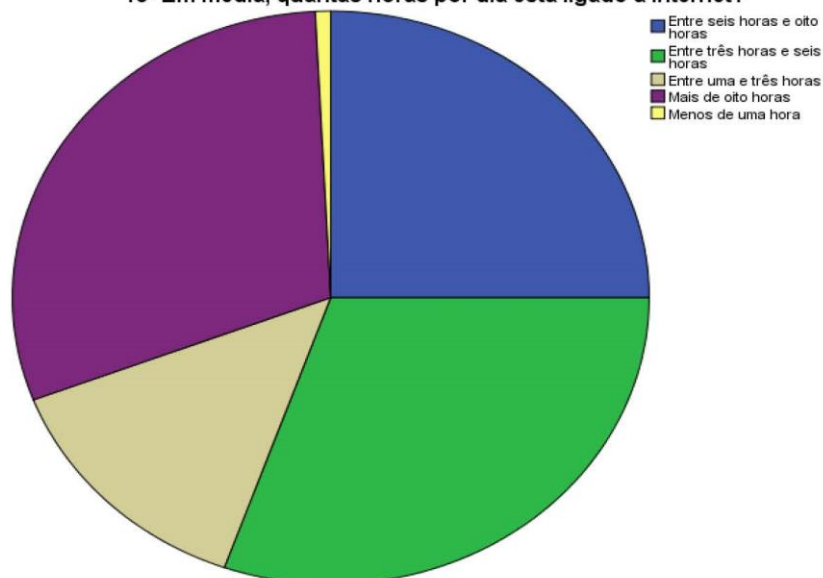


10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Entre seis horas e oito horas	129	25,0	25,0	25,0
	Entre três horas e seis horas	157	30,4	30,4	55,4
	Entre uma e três horas	71	13,8	13,8	69,2
	Mais de oito horas	155	30,0	30,0	99,2
	Menos de uma hora	4	0,8	0,8	100,0

Total	516	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

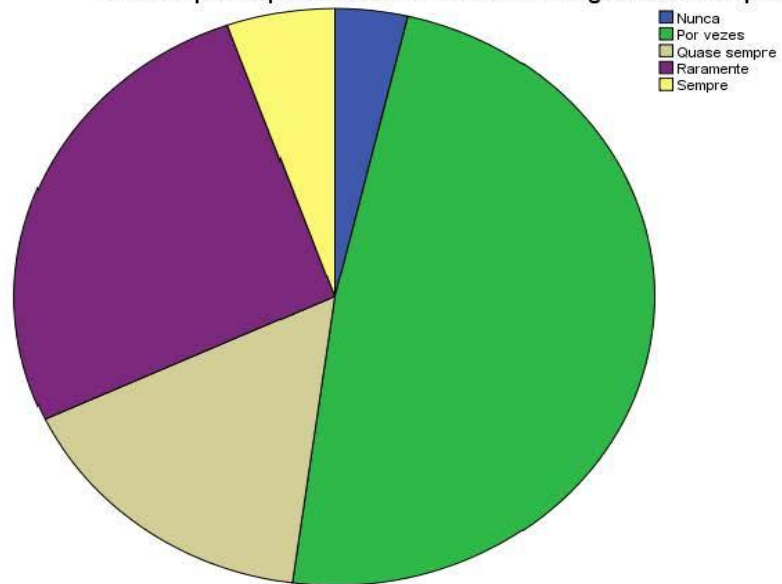
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?



13- Com que frequência sente dificuldades em gerir o seu tempo?

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Nunca	19	3,7	3,7	3,7
	Por vezes	250	48,4	48,4	52,1
	Quase sempre	82	15,9	15,9	68,0
	Raramente	137	26,6	26,6	94,6
	Sempre	28	5,4	5,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

13- Com que frequência sente dificuldades em gerir o seu tempo?



Anexo06 – Tabelas cruzadas múltiplas e tabela cruzada (P.07 e P.09)

Anexo 06

				2- Idade			
1- Género				Frequência	Percentage m	Percentage m válida	Percentage m cumulativa
Feminino	Manhã	Válido	35 - 40 anos	1	100,0	100,0	100,0
			17 - 20 anos	3	50,0	50,0	50,0
			21 - 24 anos	1	16,7	16,7	66,7
			25 - 30 anos	2	33,3	33,3	100,0
			Total	6	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde	Válido	+ 40 anos	1	9,1	9,1	9,1
			17 - 20 anos	1	9,1	9,1	18,2
			21 - 24 anos	6	54,5	54,5	72,7
			25 - 30 anos	1	9,1	9,1	81,8
			31 - 35 anos	1	9,1	9,1	90,9
			35 - 40 anos	1	9,1	9,1	100,0
			Total	11	100,0	100,0	
			+ 40 anos	2	5,4	5,4	5,4
			17 - 20 anos	8	21,6	21,6	27,0
			21 - 24 anos	12	32,4	32,4	59,5
			25 - 30 anos	11	29,7	29,7	89,2
			31 - 35 anos	2	5,4	5,4	94,6
			35 - 40 anos	2	5,4	5,4	100,0
			Total	37	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	21 - 24 anos	1	50,0	50,0	50,0
			25 - 30 anos	1	50,0	50,0	100,0
			Total	2	100,0	100,0	
	Noite	Válido	+ 40 anos	6	40,0	40,0	40,0
			17 - 20 anos	4	26,7	26,7	66,7
			21 - 24 anos	4	26,7	26,7	93,3
			25 - 30 anos	1	6,7	6,7	100,0
			Total	15	100,0	100,0	
	Sempre Ligado	Válido	+ 40 anos	17	7,8	7,8	7,8
			17 - 20 anos	55	25,3	25,3	33,2

Masculino	Tarde	Válido	21 - 24 anos	93	42,9	42,9	76,0
			25 - 30 anos	30	13,8	13,8	89,9
			31 - 35 anos	9	4,1	4,1	94,0
			35 - 40 anos	13	6,0	6,0	100,0
			Total	217	100,0	100,0	
			+ 40 anos	2	11,8	11,8	11,8
			17 - 20 anos	10	58,8	58,8	70,6
			21 - 24 anos	4	23,5	23,5	94,1
			25 - 30 anos	1	5,9	5,9	100,0
			Total	17	100,0	100,0	
	Tarde, Noite	Válido	17 - 20 anos	19	37,3	37,3	37,3
			21 - 24 anos	24	47,1	47,1	84,3
			25 - 30 anos	7	13,7	13,7	98,0
			31 - 35 anos	1	2,0	2,0	100,0
			Total	51	100,0	100,0	
	Manhã	Válido	+ 40 anos	1	33,3	33,3	33,3
			25 - 30 anos	2	66,7	66,7	100,0
			Total	3	100,0	100,0	
	Manhã, Noite	Válido	21 - 24 anos	1	33,3	33,3	33,3
			25 - 30 anos	2	66,7	66,7	100,0
			Total	3	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde	Válido	+ 40 anos	2	33,3	33,3	33,3
			21 - 24 anos	1	16,7	16,7	50,0
			31 - 35 anos	1	16,7	16,7	66,7
			35 - 40 anos	2	33,3	33,3	100,0
			Total	6	100,0	100,0	
			+ 40 anos	6	33,3	33,3	33,3
	Manhã, Tarde, Noite	Válido	21 - 24 anos	3	16,7	16,7	50,0
			25 - 30 anos	5	27,8	27,8	77,8
			31 - 35 anos	2	11,1	11,1	88,9
			35 - 40 anos	2	11,1	11,1	100,0
			Total	18	100,0	100,0	
			+ 40 anos	6	33,3	33,3	33,3
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	21 - 24 anos	2	50,0	50,0	50,0
			25 - 30 anos	2	50,0	50,0	100,0
			Total	4	100,0	100,0	
	Noite	Válido	+ 40 anos	1	10,0	10,0	10,0

			17 - 20 anos	1	10,0	10,0	20,0
			21 - 24 anos	1	10,0	10,0	30,0
			25 - 30 anos	2	20,0	20,0	50,0
			31 - 35 anos	1	10,0	10,0	60,0
			35 - 40 anos	4	40,0	40,0	100,0
			Total	10	100,0	100,0	
	Noite, Sempre Ligado	Válido	35 - 40 anos	1	100,0	100,0	100,0
	Sempre Ligado	Válido	+ 40 anos	16	16,5	16,5	16,5
			17 - 20 anos	15	15,5	15,5	32,0
			21 - 24 anos	26	26,8	26,8	58,8
			25 - 30 anos	20	20,6	20,6	79,4
			31 - 35 anos	12	12,4	12,4	91,8
			35 - 40 anos	8	8,2	8,2	100,0
			Total	97	100,0	100,0	
	Tarde	Válido	17 - 20 anos	2	50,0	50,0	50,0
			21 - 24 anos	2	50,0	50,0	100,0
			Total	4	100,0	100,0	
	Tarde, Noite	Válido	17 - 20 anos	2	15,4	15,4	15,4
			21 - 24 anos	10	76,9	76,9	92,3
			25 - 30 anos	1	7,7	7,7	100,0
			Total	13	100,0	100,0	

3- Área de Estudo

1- Género				Frequência	Percentage m	Percentage m válida	Percentage m cumulativa
Feminino	Manhã	Válido	Pedagogia	1	100,0	100,0	100,0
	Manhã, Noite	Válido	Artes e Humanidades	2	33,3	33,3	33,3
			Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	3	50,0	50,0	83,3

Manhã, Tarde	Válido	Gestão	1	16,7	16,7	100,0
		Total	6	100,0	100,0	
		Artes e Humanidades	2	18,2	18,2	18,2
		Ciências da Saúde e Serviços Sociais	2	18,2	18,2	36,4
		Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	4	36,4	36,4	72,7
		Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	1	9,1	9,1	81,8
		Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	1	9,1	9,1	90,9
		Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	9,1	9,1	100,0
		Total	11	100,0	100,0	
Manhã, Tarde, Noite	Válido	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	1	2,7	2,7	2,7
		Artes e Humanidades	6	16,2	16,2	18,9

Manhã, Tarde, Noite,	Válido	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	4	10,8	10,8	29,7
		Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	4	10,8	10,8	40,5
		Ciências Políticas	1	2,7	2,7	43,2
		Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	10	27,0	27,0	70,3
		Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	5	13,5	13,5	83,8
		Ensino Especial	1	2,7	2,7	86,5
		Gestão	2	5,4	5,4	91,9
		Pedagogia	2	5,4	5,4	97,3
		Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	2,7	2,7	100,0
		Total	37	100,0	100,0	
		Artes e Humanidades	1	50,0	50,0	50,0

Sempre Ligado		Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	1	50,0	50,0	100,0
		Total	2	100,0	100,0	
Noite	Válido	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	2	13,3	13,3	13,3
		Artes e Humanidades	3	20,0	20,0	33,3
		Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	4	26,7	26,7	60,0
		Economia	1	6,7	6,7	66,7
		Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	1	6,7	6,7	73,3
		Medicina	1	6,7	6,7	80,0
		Pedagogia	3	20,0	20,0	100,0
		Total	15	100,0	100,0	
		Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	4	1,8	1,8	1,8
		Arquitectura Paisagista	1	0,5	0,5	2,3
		Artes e Humanidades	30	13,8	13,8	16,1

Biologia	2	0,9	0,9	17,1
Biotecnologia	1	0,5	0,5	17,5
Ciências da Ecologia e Paisagem	1	0,5	0,5	18,0
ciências da educação	1	0,5	0,5	18,4
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	19	8,8	8,8	27,2
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	25	11,5	11,5	38,7
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	65	30,0	30,0	68,7
Design	3	1,4	1,4	70,0
Design Multimedia	1	0,5	0,5	70,5
economia	1	0,5	0,5	71,0
Educação	1	0,5	0,5	71,4
Educação básica	1	0,5	0,5	71,9
Enfermagem	2	0,9	0,9	72,8
Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	26	12,0	12,0	84,8
Financeira	1	0,5	0,5	85,3
gestao	1	0,5	0,5	88,5
gestão	1	0,5	0,5	85,7
Gestão	5	2,3	2,3	88,0
História	1	0,5	0,5	88,9
Informatica	1	0,5	0,5	89,4

Tarde	Válido	Línguas e Relações Empresariais	1	0,5	0,5	89,9
		Marketing	3	1,4	1,4	91,2
		Museologia	1	0,5	0,5	91,7
		Negócios Internacionais	1	0,5	0,5	92,2
		Pedagogia	6	2,8	2,8	94,9
		Psicologia	1	0,5	0,5	95,4
		Psicologia Clínica	1	0,5	0,5	95,9
		Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	9	4,1	4,1	100,0
		Total	217	100,0	100,0	
		Artes e Humanidades	1	5,9	5,9	5,9
		Ciências da Saúde e Serviços Sociais	2	11,8	11,8	17,6
		Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	4	23,5	23,5	41,2
		Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	5	29,4	29,4	70,6
		Economia	1	5,9	5,9	76,5
		Gestão	1	5,9	5,9	82,4
		gestão da qualidade	1	5,9	5,9	88,2

Tarde, Noite	Válido	Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	5,9	5,9	94,1
		Sociologia da saúde	1	5,9	5,9	100,0
		Total	17	100,0	100,0	
		Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	1	2,0	2,0	2,0
		Artes e Humanidad es	5	9,8	9,8	11,8
		Ciências da Saúde e Serviços Sociais	7	13,7	13,7	25,5
		Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	11	21,6	21,6	47,1
		Ciências Políticas	1	2,0	2,0	49,0
		Ciências Sociais, do Comportam ento, da Comunicaç ão, Administraç ão, Trabalho e Direito	13	25,5	25,5	74,5
		Direito	1	2,0	2,0	76,5
		Enfermage m	1	2,0	2,0	78,4

			Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	4	7,8	7,8	86,3
			gestão	1	2,0	2,0	88,2
			Gestão do Património Cultural	1	2,0	2,0	90,2
			Línguas	1	2,0	2,0	92,2
			Pedagogia	2	3,9	3,9	96,1
			Psicologia	1	2,0	2,0	98,0
			Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	2,0	2,0	100,0
			Total	51	100,0	100,0	
Masculino	Manhã	Válido	Artes e Humanidades	1	33,3	33,3	33,3
			Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	2	66,7	66,7	100,0
			Total	3	100,0	100,0	
			arquitectura paisagista	1	33,3	33,3	33,3
	Manhã, Noite	Válido	Artes e Humanidades	1	33,3	33,3	66,7

Manhã, Tarde	Válido	Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	1	33,3	33,3	100,0
		Total	3	100,0	100,0	
		Artes e Humanidades	1	16,7	16,7	16,7
		Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	1	16,7	16,7	33,3
		Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	3	50,0	50,0	83,3
		Pedagogia	1	16,7	16,7	100,0
		Total	6	100,0	100,0	
		Artes e Humanidades	3	16,7	16,7	16,7
		Bioquímica	1	5,6	5,6	22,2
		Ciências da Educação	1	5,6	5,6	27,8
Manhã, Tarde, Noite	Válido	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	1	5,6	5,6	33,3
		Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	7	38,9	38,9	72,2

			Educação Física e Desporto	1	5,6	5,6	77,8
			Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	3	16,7	16,7	94,4
			Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	5,6	5,6	100,0
			Total	18	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	1	25,0	25,0	25,0
			Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	3	75,0	75,0	100,0
			Total	4	100,0	100,0	
	Noite	Válido	Artes e Humanidades	1	10,0	10,0	10,0
			Ciências da Saúde e Serviços Sociais	1	10,0	10,0	20,0
			Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	1	10,0	10,0	30,0

		Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	4	40,0	40,0	70,0
		Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	1	10,0	10,0	80,0
		Game Design	1	10,0	10,0	90,0
		Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	10,0	10,0	100,0
		Total	10	100,0	100,0	
Noite, Sempre Ligado	Válido	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	1	100,0	100,0	100,0
Sempre Ligado	Válido	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	3	3,1	3,1	3,1
		Artes e Humanidades	3	3,1	3,1	6,2
		Ciências da Saúde e Serviços Sociais	1	1,0	1,0	7,2

		Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	14	14,4	14,4	21,6
		Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	29	29,9	29,9	51,5
		Educação	1	1,0	1,0	52,6
		Educação Física e Desporto	1	1,0	1,0	53,6
		Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	35	36,1	36,1	89,7
		Gestão	2	2,1	2,1	91,8
		Marketing	1	1,0	1,0	92,8
		Pedagogia	2	2,1	2,1	94,8
		Relações Internacionais	1	1,0	1,0	95,9
		Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	4	4,1	4,1	100,0
		Total	97	100,0	100,0	
	Tarde	Válido				
		Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	1	25,0	25,0	25,0
		Economia	1	25,0	25,0	50,0

Tarde, Noite	Válido	Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	2	50,0	50,0	100,0
		Total	4	100,0	100,0	
		Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	1	7,7	7,7	7,7
		Artes e Humanidades	2	15,4	15,4	23,1
		Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	2	15,4	15,4	38,5
		Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	4	30,8	30,8	69,2
		Design	1	7,7	7,7	76,9
		Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	3	23,1	23,1	100,0
		Total	13	100,0	100,0	

4- Grau Académico no qual é aluno

1- Género				Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Feminino	Manhã	Válido	Mestrado	1	100,0	100,0	100,0
	Manhã, Noite	Válido	Doutoramento	1	16,7	16,7	16,7

	Manhã, Tarde	Válido	Licenciatura	4	66,7	66,7	83,3
			Mestrado	1	16,7	16,7	100,0
			Total	6	100,0	100,0	
			Doutoramento	3	27,3	27,3	27,3
			Licenciatura	3	27,3	27,3	54,5
			Mestrado	5	45,5	45,5	100,0
	Manhã, Tarde, Noite	Válido	Total	11	100,0	100,0	
			Doutoramento	5	13,5	13,5	13,5
			Licenciatura	19	51,4	51,4	64,9
			Mestrado	12	32,4	32,4	97,3
			pos Doutoramento	1	2,7	2,7	100,0
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	Total	37	100,0	100,0	
			Doutoramento	1	50,0	50,0	50,0
			Licenciatura	1	50,0	50,0	100,0
	Noite	Válido	Total	2	100,0	100,0	
			Doutoramento	1	6,7	6,7	6,7
			Licenciatura	7	46,7	46,7	53,3
			Mestrado	6	40,0	40,0	93,3
			Mestrado Integrado	1	6,7	6,7	100,0
			Total	15	100,0	100,0	
	Sempre Ligado	Válido	2ºano da licenciatura	1	0,5	0,5	0,5
			Doutoramento	24	11,1	11,1	11,5
			Licenciatura	124	57,1	57,1	68,7
			Mestrado	65	30,0	30,0	98,6
Mestrado integrado			1	0,5	0,5	99,1	
Mestrado Integrado			2	0,9	0,9	100,0	
Total			217	100,0	100,0		
Tarde	Válido	Doutoramento	1	5,9	5,9	5,9	
		Licenciatura	14	82,4	82,4	88,2	
		Mestrado	2	11,8	11,8	100,0	
		Total	17	100,0	100,0		
Tarde, Noite	Válido	Licenciatura	33	64,7	64,7	64,7	
		Mestrado	17	33,3	33,3	98,0	
		Mestrado Integrado	1	2,0	2,0	100,0	
		Total	51	100,0	100,0		
Masculino	Manhã	Válido	Doutoramento	1	33,3	33,3	33,3

			Licenciatura	2	66,7	66,7	100,0
			Total	3	100,0	100,0	
Manhã, Noite	Válido		Licenciatura	1	33,3	33,3	33,3
			Mestrado	2	66,7	66,7	100,0
			Total	3	100,0	100,0	
Manhã, Tarde	Válido		Doutoramento	1	16,7	16,7	16,7
			Licenciatura	1	16,7	16,7	33,3
			Mestrado	4	66,7	66,7	100,0
			Total	6	100,0	100,0	
Manhã, Tarde, Noite	Válido		Doutoramento	4	22,2	22,2	22,2
			Licenciatura	9	50,0	50,0	72,2
			Mestrado	5	27,8	27,8	100,0
			Total	18	100,0	100,0	
Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido		Doutoramento	1	25,0	25,0	25,0
			Licenciatura	2	50,0	50,0	75,0
			Mestrado	1	25,0	25,0	100,0
			Total	4	100,0	100,0	
Noite	Válido		Doutoramento	2	20,0	20,0	20,0
			Licenciatura	4	40,0	40,0	60,0
			Mestrado	4	40,0	40,0	100,0
			Total	10	100,0	100,0	
Noite, Sempre Ligado	Válido		Mestrado	1	100,0	100,0	100,0
Sempre Ligado	Válido		5º ano do Mestrado Integrado	1	1,0	1,0	1,0
			curso de especialização tecnológica	1	1,0	1,0	2,1
			Doutoramento	18	18,6	18,6	20,6
			Licenciatura	46	47,4	47,4	68,0
			Mestrado	30	30,9	30,9	99,0
			TESP	1	1,0	1,0	100,0
			Total	97	100,0	100,0	
Tarde	Válido		CTESP	1	25,0	25,0	25,0
			Licenciatura	2	50,0	50,0	75,0
			Mestrado	1	25,0	25,0	100,0
			Total	4	100,0	100,0	
Tarde, Noite	Válido		Licenciatura	10	76,9	76,9	76,9
			Mestrado	3	23,1	23,1	100,0
			Total	13	100,0	100,0	

5- Seleccione a Universidade em que é estudante

1- Género				Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Feminino	Manhã	Válido	Universidade de Évora	1	100,0	100,0	100,0
		Manhã, Noite	Universidade da Beira Interior	1	16,7	16,7	16,7
			Universidade de Aveiro	1	16,7	16,7	33,3
			Universidade de Évora	2	33,3	33,3	66,7
			Universidade do Minho	2	33,3	33,3	100,0
			Total	6	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde	Válido	Universidade da Madeira	3	27,3	27,3	27,3
			Universidade de Aveiro	3	27,3	27,3	54,5
			Universidade de Évora	4	36,4	36,4	90,9
			Universidade do Minho	1	9,1	9,1	100,0
			Total	11	100,0	100,0	
		Manhã, Tarde, Noite	Válido	Universidade da Madeira	8	21,6	21,6
	Universidade de Aveiro			13	35,1	35,1	56,8
	Universidade de Évora			8	21,6	21,6	78,4
	Universidade de Lisboa			1	2,7	2,7	81,1
	Universidade do Algarve			1	2,7	2,7	83,8
	Universidade do Minho			5	13,5	13,5	97,3
	Universidade dos Açores			1	2,7	2,7	100,0
	Total		37	100,0	100,0		

Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	Universidade de Aveiro	1	50,0	50,0	50,0
		Universidade Nova de Lisboa	1	50,0	50,0	100,0
		Total	2	100,0	100,0	
Noite	Válido	Universidade da Beira Interior	2	13,3	13,3	13,3
		Universidade da Madeira	2	13,3	13,3	26,7
		Universidade de Aveiro	3	20,0	20,0	46,7
		Universidade de Coimbra	1	6,7	6,7	53,3
		Universidade de Évora	5	33,3	33,3	86,7
		Universidade do Minho	2	13,3	13,3	100,0
		Total	15	100,0	100,0	
		Universidade da Beira Interior	8	3,7	3,7	3,7
		Universidade da Madeira	29	13,4	13,4	17,1
		Universidade de Aveiro	64	29,5	29,5	46,5
Sempre Ligado	Válido	Universidade de Évora	87	40,1	40,1	86,6
		Universidade de Lisboa	3	1,4	1,4	88,0
		Universidade do Algarve	1	0,5	0,5	88,5
		Universidade do Minho	24	11,1	11,1	99,5
		Universidade do Porto	1	0,5	0,5	100,0
		Total	217	100,0	100,0	
		Universidade da Beira Interior	1	5,9	5,9	5,9
		Universidade da Madeira	4	23,5	23,5	29,4
Tarde	Válido					

Masculino	Tarde, Noite	Válido	Universidade de Aveiro	3	17,6	17,6	47,1
			Universidade de Évora	8	47,1	47,1	94,1
			Universidade do Minho	1	5,9	5,9	100,0
			Total	17	100,0	100,0	
			Universidade da Beira Interior	3	5,9	5,9	5,9
			Universidade da Madeira	6	11,8	11,8	17,6
			Universidade de Aveiro	16	31,4	31,4	49,0
			Universidade de Coimbra	1	2,0	2,0	51,0
			Universidade de Évora	23	45,1	45,1	96,1
			Universidade do Minho	2	3,9	3,9	100,0
			Total	51	100,0	100,0	
	Manhã, Noite	Válido	Universidade de Évora	3	100,0	100,0	100,0
			Universidade de Aveiro	1	33,3	33,3	33,3
			Universidade de Évora	2	66,7	66,7	100,0
			Total	3	100,0	100,0	
		Válido	Universidade de Aveiro	2	33,3	33,3	33,3
			Universidade de Évora	3	50,0	50,0	83,3
			Universidade do Minho	1	16,7	16,7	100,0
			Total	6	100,0	100,0	
		Válido	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	5,6	5,6	5,6
			Universidade da Beira Interior	1	5,6	5,6	11,1
			Universidade da Madeira	3	16,7	16,7	27,8

			Universidade de Aveiro	3	16,7	16,7	44,4
			Universidade de Évora	9	50,0	50,0	94,4
			Universidade do Minho	1	5,6	5,6	100,0
			Total	18	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	Universidade da Madeira	3	75,0	75,0	75,0
			Universidade de Évora	1	25,0	25,0	100,0
			Total	4	100,0	100,0	
	Noite	Válido	Universidade da Beira Interior	1	10,0	10,0	10,0
			Universidade da Madeira	2	20,0	20,0	30,0
			Universidade de Aveiro	2	20,0	20,0	50,0
			Universidade de Évora	3	30,0	30,0	80,0
			Universidade do Minho	2	20,0	20,0	100,0
			Total	10	100,0	100,0	
	Noite, Sempre Ligado	Válido	Universidade de Évora	1	100,0	100,0	100,0
	Sempre Ligado	Válido	Universidade da Beira Interior	3	3,1	3,1	3,1
			Universidade da Madeira	21	21,6	21,6	24,7
			Universidade de Aveiro	19	19,6	19,6	44,3
			Universidade de Coimbra	1	1,0	1,0	45,4
			Universidade de Évora	41	42,3	42,3	87,6
			Universidade do Minho	12	12,4	12,4	100,0
			Total	97	100,0	100,0	
	Tarde	Válido	Universidade da Madeira	2	50,0	50,0	50,0

Tarde, Noite	Válido	Universidade de Aveiro	1	25,0	25,0	75,0
		Universidade de Évora	1	25,0	25,0	100,0
		Total	4	100,0	100,0	
		Universidade da Beira Interior	1	7,7	7,7	7,7
		Universidade da Madeira	3	23,1	23,1	30,8
		Universidade de Aveiro	3	23,1	23,1	53,8
		Universidade de Évora	6	46,2	46,2	100,0
		Total	13	100,0	100,0	

10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?

1- Género				Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
					m	m válida	m cumulativa
Feminino	Manhã, Noite	Válido	Entre uma e três horas	1	100,0	100,0	100,0
			Entre três horas e seis horas	4	66,7	66,7	66,7
			Entre uma e três horas	2	33,3	33,3	100,0
			Total	6	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde	Válido	Entre seis horas e oito horas	4	36,4	36,4	36,4
			Entre três horas e seis horas	4	36,4	36,4	72,7
			Entre uma e três horas	1	9,1	9,1	81,8
			Mais de oito horas	2	18,2	18,2	100,0
			Total	11	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde, Noite	Válido	Entre seis horas e oito horas	9	24,3	24,3	24,3
			Entre três horas e seis horas	14	37,8	37,8	62,2

			Entre uma e três horas	10	27,0	27,0	89,2
			Mais de oito horas	4	10,8	10,8	100,0
			Total	37	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	Entre três horas e seis horas	1	50,0	50,0	50,0
			Mais de oito horas	1	50,0	50,0	100,0
			Total	2	100,0	100,0	
	Noite	Válido	Entre três horas e seis horas	6	40,0	40,0	40,0
			Entre uma e três horas	9	60,0	60,0	100,0
			Total	15	100,0	100,0	
	Sempre Ligado	Válido	Entre seis horas e oito horas	61	28,1	28,1	28,1
			Entre três horas e seis horas	55	25,3	25,3	53,5
			Entre uma e três horas	11	5,1	5,1	58,5
			Mais de oito horas	89	41,0	41,0	99,5
			Menos de uma hora	1	0,5	0,5	100,0
			Total	217	100,0	100,0	
	Tarde	Válido	Entre seis horas e oito horas	5	29,4	29,4	29,4
			Entre três horas e seis horas	7	41,2	41,2	70,6
			Entre uma e três horas	4	23,5	23,5	94,1
			Menos de uma hora	1	5,9	5,9	100,0
			Total	17	100,0	100,0	
	Tarde, Noite	Válido	Entre seis horas e oito horas	10	19,6	19,6	19,6
			Entre três horas e seis horas	26	51,0	51,0	70,6
			Entre uma e três horas	9	17,6	17,6	88,2
			Mais de oito horas	5	9,8	9,8	98,0

Masculino	Manhã	Válido	Menos de uma hora	1	2,0	2,0	100,0
			Total	51	100,0	100,0	
			Entre três horas e seis horas	1	33,3	33,3	33,3
			Entre uma e três horas	2	66,7	66,7	100,0
			Total	3	100,0	100,0	
	Manhã, Noite	Válido	Entre três horas e seis horas	1	33,3	33,3	33,3
			Entre uma e três horas	2	66,7	66,7	100,0
			Total	3	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde	Válido	Entre seis horas e oito horas	3	50,0	50,0	50,0
			Entre três horas e seis horas	2	33,3	33,3	83,3
			Entre uma e três horas	1	16,7	16,7	100,0
	Manhã, Tarde, Noite	Válido	Total	6	100,0	100,0	
			Entre seis horas e oito horas	4	22,2	22,2	22,2
			Entre três horas e seis horas	8	44,4	44,4	66,7
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	Entre uma e três horas	3	16,7	16,7	83,3
			Mais de oito horas	3	16,7	16,7	100,0
			Total	18	100,0	100,0	
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	Válido	Entre seis horas e oito horas	2	50,0	50,0	50,0
			Mais de oito horas	2	50,0	50,0	100,0
			Total	4	100,0	100,0	
	Noite	Válido	Entre seis horas e oito horas	1	10,0	10,0	10,0
			Entre três horas e seis horas	1	10,0	10,0	20,0
			Entre uma e três horas	7	70,0	70,0	90,0
			Mais de oito horas	1	10,0	10,0	100,0

			Total	10	100,0	100,0	
Noite, Sempre Ligado	Válido	Menos de uma hora		1	100,0	100,0	100,0
Sempre Ligado	Válido	Entre seis horas e oito horas		23	23,7	23,7	23,7
		Entre três horas e seis horas		23	23,7	23,7	47,4
		Entre uma e três horas		4	4,1	4,1	51,5
		Mais de oito horas		47	48,5	48,5	100,0
			Total	97	100,0	100,0	
Tarde	Válido	Entre seis horas e oito horas		1	25,0	25,0	25,0
		Entre uma e três horas		3	75,0	75,0	100,0
			Total	4	100,0	100,0	
Tarde, Noite	Válido	Entre seis horas e oito horas		6	46,2	46,2	46,2
		Entre três horas e seis horas		4	30,8	30,8	76,9
		Entre uma e três horas		2	15,4	15,4	92,3
		Mais de oito horas		1	7,7	7,7	100,0
			Total	13	100,0	100,0	

Crosstab

		7- [Computador Fixo (secretária)]						
		Não tenho este tipo de dispositivo	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	2	0	0	0	0	1	1
	Manhã, Noite	5	2	1	0	0	0	1
	Manhã, Tarde	3	4	3	1	2	1	3
	Manhã, Tarde, Noite	18	10	4	6	5	4	8
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	1	2	0	2	0	0	1
								Total

	Noite	10	2	6	3	0	2	2	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	0	0	1	1
	Sempre Ligado	140	47	41	27	14	12	33	314
	Tarde	10	2	2	0	3	2	2	21
	Tarde, Noite	40	6	9	3	3	2	1	64
Total		229	75	66	42	27	24	53	516

Crosstab

		7- [Computador Portátil]							Total
		Não tenho este tipo de dispositivo	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	0	0	3	0	0	0	4
	Manhã, Noite	0	0	0	4	0	4	1	9
	Manhã, Tarde	0	0	0	10	2	5	0	17
	Manhã, Tarde, Noite	0	1	0	29	6	14	5	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	0	1	2	1	2	0	6
	Noite	0	0	0	14	1	10	0	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	0	1	0	1
	Sempre Ligado	2	3	4	208	17	74	6	314
	Tarde	2	0	0	10	5	3	1	21
	Tarde, Noite	0	0	1	36	12	14	1	64
Total		5	4	6	316	44	127	14	516

Crosstab

		7- [Smartphone]							Total
		Não tenho este tipo de dispositivo	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	0	1	0	0	2	0	4
	Manhã, Noite	1	0	0	4	1	2	1	9
	Manhã, Tarde	2	1	2	6	1	4	1	17

	Manhã, Tarde, Noite	5	6	1	19	5	14	5	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	1	0	2	1	2	0	6
	Noite	1	2	0	10	3	7	2	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	1	0	0	0	1
	Sempre Ligado	14	11	6	195	32	45	11	314
	Tarde	3	1	1	6	2	5	3	21
	Tarde, Noite	9	0	3	21	13	12	6	64
Total		36	22	14	264	58	93	29	516

Crosstab

		7- [Tablet]							Total
		Não tenho este tipo de dispositivo	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	3	0	0	0	0	1	0	4
	Manhã, Noite	2	1	1	3	1	0	1	9
	Manhã, Tarde	5	1	0	1	2	6	2	17
	Manhã, Tarde, Noite	15	7	5	9	6	4	9	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	4	0	1	0	1	0	0	6
	Noite	4	5	3	2	3	2	6	25
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	106	42	29	41	23	39	34	314
	Tarde	6	1	1	5	2	5	1	21
	Tarde, Noite	32	8	5	4	5	4	6	64
	Total	177	66	45	65	43	61	59	516

Anexo07 – Tabelas cruzadas (P.06, P.01, P.02, P.03, P.04, P.05, P.09, P.10 e P.13)

Anexo 07

Crosstab

		6- [Google]						
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
1- Género	Feminin	1	0	237	15	101	3	357
	Masculi	0	5	104	12	36	2	159
Total		1	5	341	27	137	5	516

Crosstab

		6- [Wikipedia]						
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
1- Género	Feminin	16	64	18	85	60	114	357
	Masculi	7	28	14	46	28	36	159
Total		23	92	32	131	88	150	516

Crosstab

		6- [Academia.edu]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
1- Género	Feminin	169	50	60	3	27	8	40	357
	Masculi	64	23	23	6	8	10	25	159
Total		233	73	83	9	35	18	65	516

Crosstab

		6- [ResearchGate]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
1- Género	Feminin	189	45	47	7	24	16	29	357
	Masculi	78	17	17	6	18	6	17	159
Total		267	62	64	13	42	22	46	516

Crosstab

		6- [Facebook]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
1- Género	Feminin	1	18	9	181	54	77	17
	Masculi	1	15	10	53	25	39	16
Total		2	33	19	234	79	116	33
								516

Crosstab

		6- [Twitter]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
1- Género	Feminin	11	261	31	10	15	1	28
	Masculi	8	100	25	3	5	6	12
Total		19	361	56	13	20	7	40
								516

Crosstab

		6- [Tumblr]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
1- Género	Feminin	32	230	42	7	11	5	30
	Masculi	29	104	15	2	1	2	6
Total		61	334	57	9	12	7	36
								516

Crosstab

		6- [Instagram]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
1- Género	Feminin	8	139	20	78	41	46	25
	Masculi	6	92	15	4	13	12	17
Total		14	231	35	82	54	58	42
								516

Crosstab

6- [Jogos Online]

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
1- Género	Feminin	11	185	80	6	21	11	43	357
	Masculi	4	67	39	11	11	8	19	159
Total		15	252	119	17	32	19	62	516

Crosstab

		6- [Jogos Offline (Download)]								
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total	
1- Género	Feminin	17	180	59	7	23	7	64	357	
	Masculi	10	74	28	7	6	10	24	159	
Total		27	254	87	14	29	17	88	516	

Crosstab

		6- [Youtube]								
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total	
1- Género	Feminin	1	4	9	99	90	110	44	357	
	Masculi	0	1	7	48	33	40	30	159	
Total		1	5	16	147	123	150	74	516	

Crosstab

		6- [Vimeo]								
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total	
1- Género	Feminin	105	157	31	2	12	10	40	357	
	Masculi	41	44	26	4	13	7	24	159	
Total		146	201	57	6	25	17	64	516	

Crosstab

		6- [Spotify]								
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total	
1- Género	Feminin	40	134	41	32	29	39	42	357	
	Masculi	27	66	18	11	11	14	12	159	

Total		67	200	59	43	40	53	54	516
-------	--	----	-----	----	----	----	----	----	-----

Crosstab

		6- [E-mail (Correio Eletrónico)]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
1- Género	Feminin	1	4	238	28	83	3	357
	Masculi	1	3	105	10	34	6	159
Total		2	7	343	38	117	9	516

Crosstab

		6- [E-bay]						Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	
1- Género	Feminin	22	203	53	5	18	8	357
	Masculi	12	77	26	1	12	7	159
Total		34	280	79	6	30	15	516

Crosstab

		6- [Wish]						Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	
1- Género	Feminin	156	169	18	1	2	1	357
	Masculi	83	60	11	0	1	0	159
Total		239	229	29	1	3	1	516

Crosstab

		6- [OLX]						Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	
1- Género	Feminin	11	182	95	3	13	2	357
	Masculi	11	67	34	3	11	5	159
Total		22	249	129	6	24	7	516

Crosstab

		6- [Fóruns de Discussão (ex: Reddit)]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
1- Género	Feminin	71	202	40	1	8	5	30	357
	Masculi	19	61	27	5	13	8	26	159
Total		90	263	67	6	21	13	56	516

Crosstab

		6- [Google Académico]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
1- Género	Feminin	34	45	23	44	67	72	72	357
	Masculi	21	27	16	17	27	20	31	159
Total		55	72	39	61	94	92	103	516

Crosstab

		6- [Videoconferência (ex. Skype)]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
1- Género	Feminin	9	81	69	20	48	42	88	357
	Masculi	6	41	32	11	17	15	37	159
Total		15	122	101	31	65	57	125	516

Crosstab

		6- [Chat on-line (Chat do Facebook ou outro)]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
1- Género	Feminin	6	30	12	131	51	94	33	357
	Masculi	1	20	22	35	28	28	25	159
Total		7	50	34	166	79	122	58	516

Crosstab

		6- [Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou outro)]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
1- Género	Feminin	7	13	114	25	59	41	63	357

Masculi	7	6	54	15	20	19	24	14	159
Total	14	19	168	40	79	60	87	49	516

Crosstab

		6- [Google]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	0	0	34	4	16	0	54
	17 - 20 anos	1	1	80	6	29	3	120
	21 - 24 anos	0	1	126	10	52	2	191
	25 - 30 anos	0	1	59	5	23	0	88
	31 - 35 anos	0	2	17	1	9	0	29
	35 - 40 anos	0	0	25	1	8	0	34
	Total	1	5	341	27	137	5	516

Crosstab

		6- [Wikipedia]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	4	16	1	9	8	16	54
	17 - 20 anos	9	20	5	28	25	33	120
	21 - 24 anos	6	34	11	53	28	59	191
	25 - 30 anos	3	11	12	24	15	23	88
	31 - 35 anos	1	5	2	6	4	11	29
	35 - 40 anos	0	6	1	11	8	8	34
	Total	23	92	32	131	88	150	516

Crosstab

		6- [Academia.edu]						Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	
2- Idade	+ 40	7	7	9	3	7	7	54
	17 - 20 anos	82	14	12	0	3	1	120

21 - 24 anos	97	29	29	0	10	2	24	191
25 - 30 anos	30	17	19	3	9	3	7	88
31 - 35 anos	9	2	7	2	1	1	7	29
35 - 40 anos	8	4	7	1	5	4	5	34
Total	233	73	83	9	35	18	65	516

Crosstab

		6- [ResearchGate]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
2- Idade	+ 40	14	10	10	2	6	4	8
	17 - 20 anos	82	16	8	2	5	1	6
	21 - 24 anos	104	20	25	4	12	7	19
	25 - 30 anos	48	7	8	2	10	6	7
	31 - 35 anos	8	6	4	0	5	3	3
	35 - 40 anos	11	3	9	3	4	1	3
Total		267	62	64	13	42	22	46

Crosstab

		6- [Facebook]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
2- Idade	+ 40	0	14	6	13	10	7	4
	17 - 20 anos	0	3	2	59	15	34	7
	21 - 24 anos	0	8	4	99	25	48	7
	25 - 30 anos	1	4	2	39	17	15	10
	31 - 35 anos	1	0	3	12	4	8	1
	35 - 40 anos	0	4	2	12	8	4	4
Total		2	33	19	234	79	116	33

Crosstab

6- [Twitter]

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu alme nte	Total
2- Idade	+ 40	1	37	9	1	3	0	3	54
	17 - 20 anos	2	83	14	5	3	3	10	120
	21 - 24 anos	6	141	14	3	10	3	14	191
	25 - 30 anos	7	61	9	0	3	1	7	88
	31 - 35 anos	2	20	4	2	0	0	1	29
	35 - 40 anos	1	19	6	2	1	0	5	34
Total		19	361	56	13	20	7	40	516

Crosstab

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu alme nte	Total
2- Idade	+ 40	13	37	4	0	0	0	0	54
	17 - 20 anos	2	71	20	4	4	4	15	120
	21 - 24 anos	14	130	17	4	8	2	16	191
	25 - 30 anos	15	61	8	0	0	1	3	88
	31 - 35 anos	8	14	5	0	0	0	2	29
	35 - 40 anos	9	21	3	1	0	0	0	34
Total		61	334	57	9	12	7	36	516

Crosstab

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu alme nte	Total
2- Idade	+ 40	3	37	8	2	1	0	3	54
	17 - 20 anos	1	39	2	33	13	25	7	120
	21 - 24 anos	3	79	9	35	23	23	19	191
	25 - 30 anos	4	35	11	8	14	8	8	88
	31 - 35 anos	2	17	3	1	2	1	3	29
	35 - 40 anos	1	24	2	3	1	1	2	34
Total		14	231	35	82	54	58	42	516

Crosstab

		6- [Jogos Online]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	1	39	9	1	2	0	2	54
	17 - 20 anos	1	49	35	3	13	4	15	120
	21 - 24 anos	5	85	51	7	9	12	22	191
	25 - 30 anos	5	40	15	5	6	3	14	88
	31 - 35 anos	2	19	5	1	0	0	2	29
	35 - 40 anos	1	20	4	0	2	0	7	34
	Total	15	252	119	17	32	19	62	516

Crosstab

		6- [Jogos Offline (Download)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	2	37	8	0	1	0	6	54
	17 - 20 anos	4	51	26	3	6	5	25	120
	21 - 24 anos	10	84	34	6	14	8	35	191
	25 - 30 anos	9	38	14	2	5	4	16	88
	31 - 35 anos	1	21	2	2	2	0	1	29
	35 - 40 anos	1	23	3	1	1	0	5	34
	Total	27	254	87	14	29	17	88	516

Crosstab

		6- [Youtube]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	0	2	5	7	18	7	15	54
	17 - 20 anos	1	1	0	45	25	34	14	120
	21 - 24 anos	0	1	2	58	46	68	16	191
	25 - 30 anos	0	0	2	24	24	25	13	88
	31 - 35 anos	0	1	3	7	4	9	5	29

35 - 40 anos	0	0	4	6	6	7	11	34
Total	1	5	16	147	123	150	74	516

Crosstab

		6- [Vimeo]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	22	16	5	0	1	1	9	54
	17 - 20 anos	39	54	8	0	5	2	12	120
	21 - 24 anos	50	87	20	2	5	7	20	191
	25 - 30 anos	20	27	13	2	9	6	11	88
	31 - 35 anos	8	6	5	1	2	0	7	29
	35 - 40 anos	7	11	6	1	3	1	5	34
Total		146	201	57	6	25	17	64	516

Crosstab

		6- [Spotify]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	23	25	0	1	1	1	3	54
	17 - 20 anos	10	43	15	13	11	19	9	120
	21 - 24 anos	15	71	28	23	15	18	21	191
	25 - 30 anos	7	31	7	4	10	14	15	88
	31 - 35 anos	6	13	3	1	1	1	4	29
	35 - 40 anos	6	17	6	1	2	0	2	34
Total		67	200	59	43	40	53	54	516

Crosstab

		6- [E-mail (Correio Eletrónico)]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	0	0	42	4	6	2	54
	17 - 20 anos	2	2	63	15	34	4	120
	21 - 24 anos	0	3	121	14	51	2	191

25 - 30 anos	0	0	66	3	18	1	88
31 - 35 anos	0	2	21	2	4	0	29
35 - 40 anos	0	0	30	0	4	0	34
Total	2	7	343	38	117	9	516

Crosstab

		6- [E-bay]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	11	23	7	1	3	1	8	54
	17 - 20 anos	6	72	17	1	7	3	14	120
	21 - 24 anos	10	102	32	3	14	4	26	191
	25 - 30 anos	3	48	12	1	5	5	14	88
	31 - 35 anos	3	15	6	0	0	2	3	29
	35 - 40 anos	1	20	5	0	1	0	7	34
	Total	34	280	79	6	30	15	72	516

Crosstab

		6- [Wish]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	28	22	2	0	1	0	1	54
	17 - 20 anos	48	60	7	1	0	0	4	120
	21 - 24 anos	86	91	9	0	1	1	3	191
	25 - 30 anos	46	30	6	0	1	0	5	88
	31 - 35 anos	15	11	3	0	0	0	0	29
	35 - 40 anos	16	15	2	0	0	0	1	34
	Total	239	229	29	1	3	1	14	516

Crosstab

		6- [OLX]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	5	21	9	0	3	1	15	54
	17 - 20 anos	3	72	30	1	4	0	10	120

	21 - 24 anos	7	95	46	0	8	2	33	191
	25 - 30 anos	4	37	26	3	6	3	9	88
	31 - 35 anos	2	10	10	1	1	0	5	29
	35 - 40 anos	1	14	8	1	2	1	7	34
Total		22	249	129	6	24	7	79	516

Crosstab

		6- [Fóruns de Discussão (ex: Reddit)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	12	24	8	0	5	0	5	54
	17 - 20 anos	21	67	18	1	1	3	9	120
	21 - 24 anos	34	101	17	3	8	5	23	191
	25 - 30 anos	15	40	15	0	3	4	11	88
	31 - 35 anos	4	14	3	1	2	1	4	29
	35 - 40 anos	4	17	6	1	2	0	4	34
Total		90	263	67	6	21	13	56	516

Crosstab

		6- [Google Académico]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	2	5	0	20	11	8	8	54
	17 - 20 anos	26	26	6	7	19	17	19	120
	21 - 24 anos	14	23	18	16	33	43	44	191
	25 - 30 anos	6	9	10	10	20	17	16	88
	31 - 35 anos	4	3	3	4	4	4	7	29
	35 - 40 anos	3	6	2	4	7	3	9	34
Total		55	72	39	61	94	92	103	516

Crosstab

		6- [Videoconferência (ex. Skype)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	2	10	7	6	7	7	15	54

	17 - 20 anos	3	39	25	6	16	11	20	120
	21 - 24 anos	7	43	39	9	20	22	51	191
	25 - 30 anos	2	19	21	5	14	8	19	88
	31 - 35 anos	1	4	6	3	4	3	8	29
	35 - 40 anos	0	7	3	2	4	6	12	34
Total		15	122	101	31	65	57	125	516

Crosstab

		6- [Chat on-line (Chat do Facebook ou outro)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	1	14	13	4	8	9	5	54
	17 - 20 anos	1	11	1	47	15	31	14	120
	21 - 24 anos	3	10	7	76	27	53	15	191
	25 - 30 anos	1	7	5	27	18	19	11	88
	31 - 35 anos	1	2	4	9	4	4	5	29
	35 - 40 anos	0	6	4	3	7	6	8	34
Total		7	50	34	166	79	122	58	516

Crosstab

		6- [Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou outro)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
2- Idade	+ 40	1	3	20	4	2	12	6	54
	17 - 20 anos	4	2	50	7	23	10	18	120
	21 - 24 anos	6	11	63	16	26	21	30	191
	25 - 30 anos	3	1	21	7	16	7	20	88
	31 - 35 anos	0	1	3	2	10	4	6	29
	35 - 40 anos	0	1	11	4	2	6	7	34
Total		14	19	168	40	79	60	87	516

Crosstab

6- [Google]

		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	0	10	0	3	0	13
	arquitetura paisagista	0	0	0	0	1	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	0	1	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	0	0	41	5	16	0	62
	Biologia	0	0	1	0	1	0	2
	Bioquímica	0	0	0	1	0	0	1
	Biotecnologia	0	0	1	0	0	0	1
	Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	1	0	1
	ciências da educação	0	0	1	0	0	0	1
	Ciências da Educação	0	0	0	1	0	0	1
	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	1	0	22	1	13	0	37

Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	0	1	46	6	14	0	67
Ciências Políticas	0	0	2	0	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	0	4	95	9	37	4	149
Design	0	0	4	0	0	0	4
Design Multimédia	0	0	1	0	0	0	1
Direito	0	0	0	0	1	0	1
economia	0	0	1	0	0	0	1
Economia	0	0	1	0	1	1	3
Educação	0	0	0	0	2	0	2
Educação básica	0	0	1	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	0	1	1	0	0	2
Enfermagem	0	0	1	0	2	0	3

Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	0	0	67	1	20	0	88
Ensino Especial	0	0	0	0	1	0	1
Financeira	0	0	1	0	0	0	1
Game Design	0	0	1	0	0	0	1
gestao	0	0	0	0	1	0	1
gestão	0	0	1	1	0	0	2
Gestão	0	0	7	0	4	0	11
gestão da qualidade	0	0	0	0	1	0	1
Gestão do Património Cultural	0	0	1	0	0	0	1
História	0	0	1	0	0	0	1
Informática	0	0	1	0	0	0	1
Línguas	0	0	1	0	0	0	1
Línguas e Relações Empresariais	0	0	1	0	0	0	1
Marketing	0	0	2	0	2	0	4
Medicina	0	0	0	0	1	0	1
Museologia	0	0	0	0	1	0	1
Negócios Internacionais	0	0	1	0	0	0	1
Pedagogia	0	0	8	1	8	0	17
Psicologia	0	0	1	0	1	0	2
Psicologia Clínica	0	0	0	0	1	0	1

Relações Internacionais	0	0	1	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	0	16	0	3	0	19
Sociologia da saúde	0	0	0	0	1	0	1
Total	1	5	341	27	137	5	516

Crosstab

		6- [Wikipedia]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	2	1	5	2	3	13
	arquitetura paisagista	0	0	0	0	0	1	1
	Arquitetura Paisagista	0	0	0	1	0	0	1
	Artes e Humanidades	4	4	5	17	13	19	62
	Biologia	0	0	1	0	1	0	2
	Bioquímica	0	0	0	1	0	0	1

Bioteecnologia	0	0	1	0	0	0	1
Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	1	0	0	1
ciências da educação	0	0	0	1	0	0	1
Ciências da Educação	0	0	0	0	0	1	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	3	7	2	9	5	11	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	1	6	5	18	15	22	67
Ciências Políticas	0	0	1	0	1	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	11	42	5	32	21	38	149
Design	0	0	0	2	1	1	4

Design Multime dia	0	0	0	1	0	0	1
Direito	0	0	0	0	0	1	1
econom ia	0	0	0	0	1	0	1
Econom ia	0	0	0	0	0	3	3
Educaç ão	1	1	0	0	0	0	2
Educaç ão básica	0	0	0	0	1	0	1
Educaç ão Física e Desport o	0	1	0	1	0	0	2
Enferm agem	1	0	0	1	0	1	3
Engenh aria, Tecnolo gia, Indústri a, Arquitec tura e Constru ção	0	13	7	30	16	22	88
Ensino Especia l	0	0	0	1	0	0	1
Finance ira	0	0	0	0	1	0	1
Game Design	0	0	1	0	0	0	1
gestao	0	0	0	0	1	0	1
gestão	0	0	0	1	1	0	2
Gestão	0	2	0	2	1	6	11
gestão da qualida de	0	1	0	0	0	0	1
Gestão do Patrimó nio Cultural	0	0	0	0	0	1	1
História	0	0	0	0	1	0	1
Informat ica	0	0	0	0	0	1	1
Línguas	0	0	0	0	0	1	1

Línguas e Relações Empresariais	1	0	0	0	0	0	1
Marketing	0	3	0	0	1	0	4
Medicina	0	0	0	0	0	1	1
Museologia	0	1	0	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	1
Pedagogia	1	4	0	3	1	8	17
Psicologia	0	0	0	1	0	1	2
Psicologia Clínica	0	0	0	0	0	1	1
Relações Internacionais	0	0	0	0	1	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	4	3	3	3	6	19
Sociologia da saúde	0	0	0	0	0	1	1
Total	23	92	32	131	88	150	516

Crosstab

6- [Academia.edu]							Total
conheço	Não uso	uso	permanência	frequentem	Uso muito	pontu	

3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	6	4	2	0	0	0	1	13
	arquitetura paisagista	0	0	0	0	0	1	0	1
	Arquitetura Paisagista	1	0	0	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	22	5	12	5	9	2	7	62
	Biologia	2	0	0	0	0	0	0	2
	Bioquímica	0	0	0	0	0	0	1	1
	Biotecnologia	1	0	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Ecologia e Paisagem	1	0	0	0	0	0	0	1
	ciências da educação	1	0	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Educação	0	0	1	0	0	0	0	1
	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	23	5	3	0	1	0	5	37

Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	26	13	12	1	4	0	11	67
Ciências Políticas	1	1	0	0	0	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	57	21	31	1	10	9	20	149
Design	2	2	0	0	0	0	0	4
Design Multimédia	1	0	0	0	0	0	0	1
Direito	1	0	0	0	0	0	0	1
economia	1	0	0	0	0	0	0	1
Economia	2	1	0	0	0	0	0	3
Educação	0	1	0	0	0	0	1	2
Educação básica	1	0	0	0	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	1	1	0	0	0	0	2
Enfermagem	2	0	0	0	0	0	1	3

Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	50	9	11	2	5	3	8	88
Ensino Especial	0	0	0	0	1	0	0	1
Financeira	1	0	0	0	0	0	0	1
Game Design	1	0	0	0	0	0	0	1
gestao	1	0	0	0	0	0	0	1
gestão	0	0	1	0	0	0	1	2
Gestão	7	1	3	0	0	0	0	11
gestão da qualidade	0	0	1	0	0	0	0	1
Gestão do Património Cultural	0	0	1	0	0	0	0	1
História	0	0	0	0	0	0	1	1
Informática	1	0	0	0	0	0	0	1
Línguas	1	0	0	0	0	0	0	1
Línguas e Relações Empresariais	1	0	0	0	0	0	0	1
Marketing	1	2	1	0	0	0	0	4
Medicina	1	0	0	0	0	0	0	1
Museologia	0	0	0	0	0	0	1	1
Negócios Internacionais	1	0	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	5	2	1	0	2	1	6	17
Psicologia	2	0	0	0	0	0	0	2
Psicologia Clínica	0	0	1	0	0	0	0	1

Relações Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	8	4	1	0	3	2	1	19
Sociologia da saúde	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	233	73	83	9	35	18	65	516

Crosstab

		6- [ResearchGate]							Total
		conheço	Não uso	uso	permanência	frequentem	Uso muito	pontu	
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	4	3	2	0	3	0	1	13
	arquitetura paisagista	0	0	0	0	0	1	0	1
	Arquitetura Paisagista	1	0	0	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	34	9	3	2	5	4	5	62
	Biologia	1	0	1	0	0	0	0	2
	Bioquímica	0	0	0	0	0	0	1	1
	Biotecnologia	1	0	0	0	0	0	0	1

Ciências da Ecologia e Paisagem	1	0	0	0	0	0	0	1
ciências da educação	1	0	0	0	0	0	0	1
Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	24	4	4	0	1	0	4	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	20	6	8	4	12	6	11	67
Ciências Políticas	2	0	0	0	0	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	69	20	25	1	11	8	15	149
Design	2	2	0	0	0	0	0	4
Design Multimeia	1	0	0	0	0	0	0	1
Direito	1	0	0	0	0	0	0	1

economia	1	0	0	0	0	0	0	1
Economia	2	1	0	0	0	0	0	3
Educação	1	1	0	0	0	0	0	2
Educação básica	1	0	0	0	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	0	0	0	1	0	1	2
Enfermagem	2	0	1	0	0	0	0	3
Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	55	4	15	4	6	2	2	88
Ensino Especial	1	0	0	0	0	0	0	1
Financeira	1	0	0	0	0	0	0	1
Game Design	1	0	0	0	0	0	0	1
gestao	1	0	0	0	0	0	0	1
gestão	0	0	1	0	0	0	1	2
Gestão	10	0	1	0	0	0	0	11
gestão da qualidade	0	0	1	0	0	0	0	1
Gestão do Património Cultural	1	0	0	0	0	0	0	1
História	1	0	0	0	0	0	0	1
Informatica	1	0	0	0	0	0	0	1
Línguas	1	0	0	0	0	0	0	1
Línguas e Relações Empresariais	0	1	0	0	0	0	0	1

Marketing	2	1	0	0	0	0	1	4
Medicina	1	0	0	0	0	0	0	1
Museologia	0	1	0	0	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	8	4	2	0	1	0	2	17
Psicologia	1	1	0	0	0	0	0	2
Psicologia Clínica	0	0	0	0	0	1	0	1
Relações Internacionais	1	0	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	11	2	0	2	2	0	2	19
Sociologia da saúde	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	267	62	64	13	42	22	46	516

Crosstab

		6- [Facebook]						pontu	Total
		conheço	Não uso	uso	permanência	frequente	Uso muito		
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	0	1	4	3	5	0	13

arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
Arquitetura Paisagista	0	0	0	0	0	1	0	1
Artes e Humanidades	1	5	1	32	9	11	3	62
Biologia	0	0	0	1	1	0	0	2
Bioquímica	0	0	0	0	1	0	0	1
Biotecnologia	0	0	0	1	0	0	0	1
Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	0	0	1	1
ciências da educação	0	0	0	1	0	0	0	1
Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	0	2	0	19	7	9	0	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	0	2	2	28	10	17	8	67
Ciências Políticas	0	1	0	1	0	0	0	2

Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	1	13	8	70	19	28	10	149
Design	0	0	0	3	1	0	0	4
Design Multimedia	0	0	0	1	0	0	0	1
Direito	0	0	0	0	1	0	0	1
economia	0	0	0	1	0	0	0	1
Economia	0	0	0	0	0	2	1	3
Educação	0	1	0	0	1	0	0	2
Educação básica	0	0	0	1	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	0	0	1	0	1	0	2
Enfermagem	0	0	0	2	0	1	0	3
Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	0	2	4	32	14	30	6	88
Ensino Especial	0	1	0	0	0	0	0	1
Financeira	0	0	0	0	1	0	0	1
Game Design	0	0	0	0	1	0	0	1
gestao	0	0	0	0	0	0	1	1
gestão	0	0	0	1	1	0	0	2

Gestão	0	0	0	7	3	1	0	11
gestão da qualidade	0	0	0	0	0	1	0	1
Gestão do Património Cultural	0	0	0	1	0	0	0	1
História	0	0	0	0	0	1	0	1
Informatica	0	0	0	1	0	0	0	1
Linguas	0	0	0	0	0	0	1	1
Linguas e Relações Empresariais	0	0	0	1	0	0	0	1
Marketing	0	0	0	3	0	1	0	4
Medicina	0	0	0	0	0	1	0	1
Museologia	0	0	0	1	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	0	0	1	0	0	0	1
Pedagogia	0	2	2	5	4	3	1	17
Psicologia	0	0	0	1	0	0	1	2
Psicologia Clínica	0	0	0	0	0	1	0	1
Relações Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1

Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	0	1	14	2	2	0	19
Sociologia da saúde	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	2	33	19	234	79	116	33	516

Crosstab

		conheço	Não uso	uso	6- [Twitter] permanência	frequentem	Uso muito	pontu	Total
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	10	2	0	1	0	0	13
	arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	4	41	7	2	2	0	6	62
	Biologia	0	0	1	0	0	0	1	2
	Bioquímica	0	1	0	0	0	0	0	1
	Biotecnologia	0	1	0	0	0	0	0	1

Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	0	0	1	1
ciências da educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	2	29	3	0	3	0	0	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	0	57	3	0	1	1	5	67
Ciências Políticas	0	2	0	0	0	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	7	91	18	5	8	3	17	149
Design	0	3	1	0	0	0	0	4
Design Multimeia	0	1	0	0	0	0	0	1
Direito	0	1	0	0	0	0	0	1

economia	1	0	0	0	0	0	0	1
Economia	0	2	0	0	0	0	1	3
Educação	0	2	0	0	0	0	0	2
Educação básica	0	0	0	1	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	2	0	0	0	0	0	2
Enfermagem	0	2	0	0	0	0	1	3
Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	2	59	14	2	3	3	5	88
Ensino Especial	0	1	0	0	0	0	0	1
Financeira	0	1	0	0	0	0	0	1
Game Design	0	1	0	0	0	0	0	1
gestao	0	1	0	0	0	0	0	1
gestão	0	1	0	1	0	0	0	2
Gestão	1	8	1	0	1	0	0	11
gestão da qualidade	0	1	0	0	0	0	0	1
Gestão do Património Cultural	0	1	0	0	0	0	0	1
História	0	0	0	0	0	0	1	1
Informatica	0	1	0	0	0	0	0	1
Linguas	0	1	0	0	0	0	0	1
Linguas e Relações Empresariais	0	1	0	0	0	0	0	1

Marketing	0	3	1	0	0	0	0	4
Medicina	0	1	0	0	0	0	0	1
Museologia	0	0	0	0	1	0	0	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	2	11	3	0	0	0	1	17
Psicologia	0	1	0	1	0	0	0	2
Psicologia Clínica	0	1	0	0	0	0	0	1
Relações Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	15	2	1	0	0	1	19
Sociologia da saúde	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	19	361	56	13	20	7	40	516

Crosstab

		6- [Tumblr]						pontu	Total
		conheço	Não uso	uso	permanênci	frequentem	Uso muito		
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	2	10	0	0	0	0	1	13

arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
Arquitetura Paisagista	0	0	0	0	0	0	1	1
Artes e Humanidades	5	37	7	4	2	1	6	62
Biologia	0	1	1	0	0	0	0	2
Bioquímica	0	1	0	0	0	0	0	1
Biotecnologia	0	0	1	0	0	0	0	1
Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	1	0	0	1
ciências da educação	0	0	0	0	1	0	0	1
Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	4	23	7	0	2	0	1	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	4	51	3	2	2	0	5	67
Ciências Políticas	1	1	0	0	0	0	0	2

Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	19	92	14	1	4	4	15	149
Design	0	2	1	1	0	0	0	4
Design Multimedia	0	1	0	0	0	0	0	1
Direito	0	1	0	0	0	0	0	1
economia	1	0	0	0	0	0	0	1
Economia	0	3	0	0	0	0	0	3
Educação	1	1	0	0	0	0	0	2
Educação básica	0	0	0	1	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	2	0	0	0	0	0	2
Enfermagem	0	2	0	0	0	0	1	3
Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	9	61	15	0	0	1	2	88
Ensino Especial	0	1	0	0	0	0	0	1
Financeira	0	1	0	0	0	0	0	1
Game Design	0	1	0	0	0	0	0	1
gestao	1	0	0	0	0	0	0	1
gestão	0	1	1	0	0	0	0	2

Gestão	3	7	0	0	0	0	1	11
gestão da qualidade	0	1	0	0	0	0	0	1
Gestão do Património Cultural	0	0	1	0	0	0	0	1
História	0	0	0	0	0	0	1	1
Informatica	0	1	0	0	0	0	0	1
Linguas	0	0	1	0	0	0	0	1
Linguas e Relações Empresariais	0	0	1	0	0	0	0	1
Marketing	0	3	0	0	0	0	1	4
Medicina	0	1	0	0	0	0	0	1
Museologia	0	1	0	0	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	6	10	1	0	0	0	0	17
Psicologia	0	0	0	0	0	1	1	2
Psicologia Clínica	1	0	0	0	0	0	0	1
Relações Internacionais	1	0	0	0	0	0	0	1

Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	2	14	3	0	0	0	0	19
Sociologia da saúde	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	61	334	57	9	12	7	36	516

Crosstab

		6- [Instagram]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	6	0	1	3	2	1	13
	Arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	0	0	0	1	0	0	1
	Artes e Humanidades	3	19	7	9	8	7	9	62
	Biologia	0	0	1	0	1	0	0	2
	Bioquímica	0	1	0	0	0	0	0	1
	Biotecnologia	0	0	0	1	0	0	0	1

Ciências da Ecologia e Paisagem	0	1	0	0	0	0	0	1
ciências da educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	2	17	1	9	0	6	2	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	1	37	3	9	10	5	2	67
Ciências Políticas	0	1	0	0	1	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	4	63	10	26	17	17	12	149
Design	0	2	0	0	1	0	1	4
Design Multimédia	0	1	0	0	0	0	0	1
Direito	0	1	0	0	0	0	0	1

economia	0	0	0	1	0	0	0	1
Economia	0	2	0	0	0	1	0	3
Educação	0	1	1	0	0	0	0	2
Educação básica	0	0	0	1	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	2	0	0	0	0	0	2
Enfermagem	0	2	0	0	1	0	0	3
Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitectura e Construção	1	40	8	11	7	9	12	88
Ensino Especial	0	1	0	0	0	0	0	1
Financeira	0	1	0	0	0	0	0	1
Game Design	0	0	1	0	0	0	0	1
gestao	0	1	0	0	0	0	0	1
gestão	0	1	0	0	0	1	0	2
Gestão	0	5	1	2	0	2	1	11
gestão da qualidade	0	0	0	0	0	1	0	1
Gestão do Património Cultural	1	0	0	0	0	0	0	1
História	0	0	0	1	0	0	0	1
Informatica	0	0	0	1	0	0	0	1
Linguas	0	0	0	1	0	0	0	1
Linguas e Relações Empresariais	0	0	0	1	0	0	0	1

Marketing	0	1	0	1	1	1	0	4
Medicina	0	1	0	0	0	0	0	1
Museologia	0	1	0	0	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	0	0	1	0	0	0	1
Pedagogia	2	9	1	2	1	1	1	17
Psicologia	0	1	0	0	0	1	0	2
Psicologia Clínica	0	1	0	0	0	0	0	1
Relações Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	7	1	4	2	4	1	19
Sociologia da saúde	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	14	231	35	82	54	58	42	516

Crosstab

6- [Jogos Online]							
Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total

3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	9	3	1	0	0	0	13
	arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	3	27	8	5	5	5	9	62
	Biologia	0	0	1	0	1	0	0	2
	Bioquímica	0	0	0	0	1	0	0	1
	Biotecnologia	0	0	1	0	0	0	0	1
	Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	1	0	0	0	1
	ciências da educação	0	0	0	0	0	1	0	1
	Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	1	19	10	0	4	0	3	37

Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	1	34	16	2	2	2	10	67
Ciências Políticas	1	0	0	0	0	0	1	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	5	83	30	1	5	5	20	149
Design	0	1	2	1	0	0	0	4
Design Multimédia	0	0	0	0	0	1	0	1
Direito	0	0	0	0	0	0	1	1
economia	0	0	1	0	0	0	0	1
Economia	0	2	1	0	0	0	0	3
Educação	0	1	1	0	0	0	0	2
Educação básica	0	0	0	0	1	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	1	1	0	0	0	0	2
Enfermagem	0	1	1	0	0	0	1	3

Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	1	34	26	5	7	5	10	88
Ensino Especial	0	0	0	0	0	0	1	1
Financeira	0	0	0	0	0	0	1	1
Game Design	0	0	0	1	0	0	0	1
gestao	0	1	0	0	0	0	0	1
gestão	0	1	1	0	0	0	0	2
Gestão	0	4	4	0	1	0	2	11
gestão da qualidade	0	1	0	0	0	0	0	1
Gestão do Património Cultural	0	0	1	0	0	0	0	1
História	0	1	0	0	0	0	0	1
Informática	0	1	0	0	0	0	0	1
Linguas	0	1	0	0	0	0	0	1
Linguas e Relações Empresariais	0	0	1	0	0	0	0	1
Marketing	0	4	0	0	0	0	0	4
Medicina	0	1	0	0	0	0	0	1
Museologia	0	1	0	0	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	2	6	6	0	2	0	1	17
Psicologia	0	1	0	0	0	0	1	2
Psicologia Clínica	0	0	1	0	0	0	0	1

Relações Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	11	3	0	3	0	1	19
Sociologia da saúde	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	15	252	119	17	32	19	62	516

Crosstab

		6- [Jogos Offline (Download)]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	9	1	1	0	0	2	13
	arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	3	29	5	4	6	3	12	62
	Biologia	0	0	0	1	0	0	1	2

Bioquímica	0	0	0	0	1	0	0	1
Biotecnologia	0	0	1	0	0	0	0	1
Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	0	1	0	1
ciências da educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	2	19	8	1	2	0	5	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	2	30	17	0	3	3	12	67
Ciências Políticas	1	1	0	0	0	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	13	82	21	3	9	0	21	149
Design	0	2	2	0	0	0	0	4

Design Multime dia	0	0	0	0	0	0	1	1
Direito	0	0	0	0	0	0	1	1
econom ia	1	0	0	0	0	0	0	1
Econom ia	0	1	1	0	0	0	1	3
Educaç ão	0	1	1	0	0	0	0	2
Educaç ão básica	0	0	0	0	0	0	1	1
Educaç ão Física e Desport o	0	1	1	0	0	0	0	2
Enferm agem	0	1	1	0	0	1	0	3
Engenh aria, Tecnolo gia, Indústri a, Arquitec tura e Constru ção	2	39	16	3	4	7	17	88
Ensino Especia l	0	0	1	0	0	0	0	1
Finance ira	0	0	0	0	0	0	1	1
Game Design	0	0	0	0	0	0	1	1
gestao	0	1	0	0	0	0	0	1
gestão	0	1	0	0	0	1	0	2
Gestão	1	3	2	0	0	1	4	11
gestão da qualida de	0	1	0	0	0	0	0	1
Gestão do Patrimó nio Cultural	0	0	0	0	0	0	1	1
História	0	1	0	0	0	0	0	1
Informat ica	0	1	0	0	0	0	0	1
Linguas	0	0	1	0	0	0	0	1

Línguas e Relações Empresariais	0	0	0	1	0	0	0	1
Marketing	0	4	0	0	0	0	0	4
Medicina	0	0	0	0	1	0	0	1
Museologia	0	1	0	0	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	0	0	0	1	0	0	1
Pedagogia	1	6	3	0	2	0	5	17
Psicologia	0	2	0	0	0	0	0	2
Psicologia Clínica	0	0	1	0	0	0	0	1
Relações Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	12	4	0	0	0	2	19
Sociologia da saúde	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	27	254	87	14	29	17	88	516

Crosstab

6- [Youtube]							Total
Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	

3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	0	1	2	3	3	4	13
	arquitetura paisagista	0	0	0	0	1	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	0	0	0	0	1	0	1
	Artes e Humanidades	0	0	1	24	15	18	4	62
	Biologia	0	0	0	1	1	0	0	2
	Bioquímica	0	0	0	0	0	0	1	1
	Biotecnologia	0	0	0	0	1	0	0	1
	Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	1	0	0	0	1
	ciências da educação	0	0	0	1	0	0	0	1
	Ciências da Educação	0	0	0	0	0	0	1	1
	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	0	1	0	4	10	16	6	37

Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	0	0	1	18	17	20	11	67
Ciências Políticas	0	0	0	1	1	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	1	2	8	38	38	43	19	149
Design	0	0	0	3	0	1	0	4
Design Multime- dia	0	0	0	0	1	0	0	1
Direito	0	0	0	0	0	1	0	1
economia	0	0	0	1	0	0	0	1
Economia	0	0	0	0	1	1	1	3
Educação	0	1	0	0	0	0	1	2
Educação básica	0	0	0	1	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	0	1	1	0	0	0	2
Enfermagem	0	0	0	2	0	0	1	3

Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	0	0	2	28	22	28	8	88
Ensino Especial	0	0	0	0	1	0	0	1
Financeira	0	0	0	0	0	0	1	1
Game Design	0	0	0	0	1	0	0	1
gestao	0	0	1	0	0	0	0	1
gestão	0	0	0	0	1	1	0	2
Gestão	0	0	0	2	2	5	2	11
gestão da qualidade	0	0	0	0	0	1	0	1
Gestão do Património Cultural	0	0	0	1	0	0	0	1
História	0	0	0	1	0	0	0	1
Informática	0	0	0	0	0	1	0	1
Línguas	0	0	0	1	0	0	0	1
Línguas e Relações Empresariais	0	0	0	1	0	0	0	1
Marketing	0	0	0	1	0	2	1	4
Medicina	0	0	1	0	0	0	0	1
Museologia	0	0	0	0	0	0	1	1
Negócios Internacionais	0	0	0	0	0	1	0	1
Pedagogia	0	0	0	3	5	5	4	17
Psicologia	0	0	0	0	0	1	1	2
Psicologia Clínica	0	0	0	0	0	0	1	1

Relações Internacionais	0	0	0	0	0	0	1	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	0	0	11	2	1	5	19
Sociologia da saúde	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	1	5	16	147	123	150	74	516

Crosstab

		6- [Vimeo]						Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	6	3	2	0	0	0	13
	arquitetura paisagista	0	0	0	0	1	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	1	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	9	18	7	1	6	5	62
	Biologia	2	0	0	0	0	0	2

Bioquímica	0	0	0	0	0	0	1	1
Biotecnologia	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Ecologia e Paisagem	0	1	0	0	0	0	0	1
ciências da educação	1	0	0	0	0	0	0	1
Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	13	18	3	0	2	0	1	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	16	36	9	0	0	1	5	67
Ciências Políticas	1	1	0	0	0	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	53	48	15	4	5	5	19	149
Design	0	2	0	0	1	1	0	4

Design Multime dia	0	1	0	0	0	0	0	1
Direito	0	1	0	0	0	0	0	1
econom ia	1	0	0	0	0	0	0	1
Econom ia	0	3	0	0	0	0	0	3
Educaç ão	1	1	0	0	0	0	0	2
Educaç ão básica	1	0	0	0	0	0	0	1
Educaç ão Física e Desport o	0	1	0	0	0	0	1	2
Enferm agem	2	0	1	0	0	0	0	3
Engenh aria, Tecnolo gia, Indústri a, Arquitec tura e Constru ção	15	29	17	1	8	3	15	88
Ensino Especia l	1	0	0	0	0	0	0	1
Finance ira	0	1	0	0	0	0	0	1
Game Design	0	1	0	0	0	0	0	1
gestao	1	0	0	0	0	0	0	1
gestão	0	1	1	0	0	0	0	2
Gestão	8	2	0	0	1	0	0	11
gestão da qualida de	0	1	0	0	0	0	0	1
Gestão do Patrimó nio Cultural	0	0	0	0	0	1	0	1
História	1	0	0	0	0	0	0	1
Informat ica	0	1	0	0	0	0	0	1
Linguas	0	1	0	0	0	0	0	1

Línguas e Relações Empresariais	0	1	0	0	0	0	0	1
Marketing	0	3	0	0	0	0	1	4
Medicina	0	1	0	0	0	0	0	1
Museologia	1	0	0	0	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	8	5	0	0	0	1	3	17
Psicologia	1	1	0	0	0	0	0	2
Psicologia Clínica	1	0	0	0	0	0	0	1
Relações Internacionais	1	0	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	15	2	0	1	0	0	19
Sociologia da saúde	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	146	201	57	6	25	17	64	516

Crosstab

6- [Spotify]							Total
Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	

3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	3	8	0	0	0	0	2	13
	arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	0	0	1	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	7	22	9	5	6	8	5	62
	Biologia	0	1	0	0	0	1	0	2
	Bioquímica	0	0	0	0	0	0	1	1
	Biotecnologia	0	0	0	1	0	0	0	1
	Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	0	1	0	1
	ciências da educação	1	0	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	4	12	6	2	7	1	5	37

Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	4	30	8	8	4	7	6	67
Ciências Políticas	0	1	0	0	0	0	1	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	28	56	13	8	9	19	16	149
Design	0	2	1	0	1	0	0	4
Design Multimédia	0	0	0	0	0	0	1	1
Direito	0	0	0	0	1	0	0	1
economia	0	0	0	0	0	0	1	1
Economia	0	1	0	0	0	0	2	3
Educação	0	2	0	0	0	0	0	2
Educação básica	0	0	0	0	1	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	1	0	0	1	0	0	2
Enfermagem	1	1	1	0	0	0	0	3

Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	6	32	14	6	9	13	8	88
Ensino Especial	1	0	0	0	0	0	0	1
Financeira	0	1	0	0	0	0	0	1
Game Design	0	1	0	0	0	0	0	1
gestao	0	1	0	0	0	0	0	1
gestão	0	1	0	0	0	0	1	2
Gestão	0	2	3	3	0	1	2	11
gestão da qualidade	0	0	0	0	0	1	0	1
Gestão do Património Cultural	0	1	0	0	0	0	0	1
História	1	0	0	0	0	0	0	1
Informática	0	0	0	0	0	0	1	1
Línguas	0	0	1	0	0	0	0	1
Línguas e Relações Empresariais	0	0	0	1	0	0	0	1
Marketing	0	2	0	2	0	0	0	4
Medicina	0	0	0	0	0	0	1	1
Museologia	1	0	0	0	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	7	8	1	1	0	0	0	17
Psicologia	0	2	0	0	0	0	0	2
Psicologia Clínica	0	0	1	0	0	0	0	1

Relações Internacionais	1	0	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	9	1	5	1	1	1	19
Sociologia da saúde	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	67	200	59	43	40	53	54	516

Crosstab

		6- [E-mail (Correio Eletrónico)]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	0	9	1	3	0	13
	arquitetura paisagista	0	0	1	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	0	1	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	0	1	41	4	15	1	62
	Biologia	0	1	1	0	0	0	2
	Bioquímica	0	0	0	1	0	0	1

Bioteecnologia	0	0	1	0	0	0	1
Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	1	0	1
ciências da educação	0	0	0	1	0	0	1
Ciências da Educação	0	0	1	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	1	1	20	3	12	0	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	0	1	45	9	9	3	67
Ciências Políticas	0	0	2	0	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	0	3	102	7	36	1	149
Design	0	0	3	0	0	1	4

Design Multime dia	0	0	0	0	1	0	1
Direito	0	0	0	0	1	0	1
econom ia	0	0	1	0	0	0	1
Econom ia	1	0	1	0	1	0	3
Educaç ão	0	0	1	0	1	0	2
Educaç ão básica	0	0	0	0	1	0	1
Educaç ão Física e Desport o	0	0	2	0	0	0	2
Enferm agem	0	0	1	0	2	0	3
Engenh aria, Tecnolo gia, Indústri a, Arquitec tura e Constru ção	0	0	58	5	23	2	88
Ensino Especia l	0	0	1	0	0	0	1
Finance ira	0	0	1	0	0	0	1
Game Design	0	0	1	0	0	0	1
gestao	0	0	1	0	0	0	1
gestão	0	0	0	2	0	0	2
Gestão	0	0	10	0	1	0	11
gestão da qualida de	0	0	1	0	0	0	1
Gestão do Patrimó nio Cultural	0	0	1	0	0	0	1
História	0	0	0	1	0	0	1
Informat ica	0	0	1	0	0	0	1
Línguas	0	0	0	1	0	0	1

Línguas e Relações Empresariais	0	0	1	0	0	0	1
Marketing	0	0	4	0	0	0	4
Medicina	0	0	1	0	0	0	1
Museologia	0	0	0	1	0	0	1
Negócios Internacionais	0	0	1	0	0	0	1
Pedagogia	0	0	10	1	6	0	17
Psicologia	0	0	0	0	1	1	2
Psicologia Clínica	0	0	1	0	0	0	1
Relações Internacionais	0	0	1	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	0	15	1	3	0	19
Sociologia da saúde	0	0	1	0	0	0	1
Total	2	7	343	38	117	9	516

Crosstab

6- [E-bay]							Total
Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	

3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	1	11	1	0	0	0	0	13
	arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	2	32	7	1	5	2	13	62
	Biologia	0	1	1	0	0	0	0	2
	Bioquímica	0	0	0	0	1	0	0	1
	Biotecnologia	0	0	1	0	0	0	0	1
	Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	1	0	0	1
	ciências da educação	0	1	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	3	26	3	0	1	1	3	37

Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	2	47	8	0	2	1	7	67
Ciências Políticas	0	1	1	0	0	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	17	69	24	1	9	6	23	149
Design	0	1	1	1	0	0	1	4
Design Multimédia	0	0	1	0	0	0	0	1
Direito	0	0	0	0	0	0	1	1
economia	1	0	0	0	0	0	0	1
Economia	0	2	0	0	1	0	0	3
Educação	0	1	0	0	0	0	1	2
Educação básica	0	0	1	0	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	2	0	0	0	0	0	2
Enfermagem	0	3	0	0	0	0	0	3

Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	1	41	18	1	8	3	16	88
Ensino Especial	1	0	0	0	0	0	0	1
Financeira	0	1	0	0	0	0	0	1
Game Design	0	0	1	0	0	0	0	1
gestao	0	1	0	0	0	0	0	1
gestão	0	2	0	0	0	0	0	2
Gestão	1	4	2	0	1	1	2	11
gestão da qualidade	0	0	1	0	0	0	0	1
Gestão do Património Cultural	0	1	0	0	0	0	0	1
História	0	0	1	0	0	0	0	1
Informatica	0	1	0	0	0	0	0	1
Linguas	0	0	0	0	0	0	1	1
Linguas e Relações Empresariais	0	0	1	0	0	0	0	1
Marketing	0	3	0	0	0	0	1	4
Medicina	0	1	0	0	0	0	0	1
Museologia	0	0	0	1	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	4	8	3	0	1	0	1	17
Psicologia	0	2	0	0	0	0	0	2
Psicologia Clínica	0	1	0	0	0	0	0	1

Relações Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	11	3	1	0	1	2	19
Sociologia da saúde	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	34	280	79	6	30	15	72	516

Crosstab

		6- [Wish]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	9	4	0	0	0	0	0	13
	arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	1	0	0	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	25	27	5	0	3	1	1	62
	Biologia	0	2	0	0	0	0	0	2

Bioquímica	0	1	0	0	0	0	0	1
Biotecnologia	0	0	1	0	0	0	0	1
Ciências da Ecologia e Paisagem	0	1	0	0	0	0	0	1
ciências da educação	1	0	0	0	0	0	0	1
Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	16	19	1	0	0	0	1	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	31	34	1	0	0	0	1	67
Ciências Políticas	0	1	0	0	0	0	1	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	74	57	12	0	0	0	6	149
Design	1	3	0	0	0	0	0	4

Design Multime dia	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Direito	1	0	0	0	0	0	0	0	1
econom ia	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Econom ia	2	1	0	0	0	0	0	0	3
Educaç ão	1	1	0	0	0	0	0	0	2
Educaç ão básica	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Educaç ão Física e Desport o	0	2	0	0	0	0	0	0	2
Enferm agem	0	3	0	0	0	0	0	0	3
Engenh aria, Tecnolo gia, Indústri a, Arquitec tura e Constru ção	40	39	6	0	0	0	0	3	88
Ensino Especia l	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Finance ira	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Game Design	1	0	0	0	0	0	0	0	1
gestao	1	0	0	0	0	0	0	0	1
gestão	0	2	0	0	0	0	0	0	2
Gestão	7	2	0	1	0	0	0	1	11
gestão da qualida de	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Gestão do Patrimó nio Cultural	1	0	0	0	0	0	0	0	1
História	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Informat ica	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Linguas	0	1	0	0	0	0	0	0	1

Línguas e Relações Empresariais	0	1	0	0	0	0	0	1
Marketing	1	2	1	0	0	0	0	4
Medicina	1	0	0	0	0	0	0	1
Museologia	1	0	0	0	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	8	8	1	0	0	0	0	17
Psicologia	1	1	0	0	0	0	0	2
Psicologia Clínica	1	0	0	0	0	0	0	1
Relações Internacionais	1	0	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	7	11	1	0	0	0	0	19
Sociologia da saúde	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	239	229	29	1	3	1	14	516

Crosstab

6- [OLX]							Total
Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	

3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	7	1	0	2	0	3	13
	arquitetura paisagista	0	0	1	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	1	27	15	3	5	2	9	62
	Biologia	0	1	1	0	0	0	0	2
	Bioquímica	0	0	0	0	0	0	1	1
	Biotecnologia	0	0	1	0	0	0	0	1
	Ciências da Ecologia e Paisagem	0	1	0	0	0	0	0	1
	ciências da educação	0	1	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	1	23	7	0	0	1	5	37

Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	3	38	17	1	2	0	6	67
Ciências Políticas	0	1	0	0	0	0	1	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	10	63	39	2	8	3	24	149
Design	0	2	1	0	1	0	0	4
Design Multimédia	0	0	0	0	0	0	1	1
Direito	0	0	1	0	0	0	0	1
economia	0	0	1	0	0	0	0	1
Economia	0	2	0	0	0	0	1	3
Educação	0	1	1	0	0	0	0	2
Educação básica	0	0	1	0	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	2	0	0	0	0	0	2
Enfermagem	0	2	1	0	0	0	0	3

Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	3	43	23	0	3	1	15	88
Ensino Especial	1	0	0	0	0	0	0	1
Financeira	0	1	0	0	0	0	0	1
Game Design	0	0	1	0	0	0	0	1
gestao	0	1	0	0	0	0	0	1
gestão	0	2	0	0	0	0	0	2
Gestão	1	4	4	0	0	0	2	11
gestão da qualidade	0	0	1	0	0	0	0	1
Gestão do Património Cultural	0	1	0	0	0	0	0	1
História	0	0	1	0	0	0	0	1
Informática	0	1	0	0	0	0	0	1
Línguas	0	0	0	0	1	0	0	1
Línguas e Relações Empresariais	0	1	0	0	0	0	0	1
Marketing	0	2	1	0	0	0	1	4
Medicina	0	1	0	0	0	0	0	1
Museologia	0	0	0	0	0	0	1	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	1	8	4	0	0	0	4	17
Psicologia	0	1	0	0	0	0	1	2
Psicologia Clínica	0	0	1	0	0	0	0	1

Relações Internacionais	1	0	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	8	5	0	2	0	4	19
Sociologia da saúde	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	22	249	129	6	24	7	79	516

Crosstab

		6- [Fóruns de Discussão (ex: Reddit)]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	1	9	1	0	0	0	2	13
	arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	14	28	5	2	2	1	10	62
	Biologia	0	0	1	0	0	0	1	2

Bioquímica	0	0	1	0	0	0	0	1
Biotecnologia	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	0	0	1	1
ciências da educação	1	0	0	0	0	0	0	1
Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	10	21	1	0	0	1	4	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	6	43	7	1	4	1	5	67
Ciências Políticas	1	1	0	0	0	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	37	69	25	2	5	4	7	149
Design	0	2	1	0	1	0	0	4

Design Multime dia	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Direito	1	0	0	0	0	0	0	0	1
econom ia	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Econom ia	0	3	0	0	0	0	0	0	3
Educaç ão	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Educaç ão básica	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Educaç ão Física e Desport o	0	1	0	0	0	0	0	1	2
Enferm agem	0	3	0	0	0	0	0	0	3
Engenh aria, Tecnolo gia, Indústri a, Arquitec tura e Constru ção	5	33	15	1	9	4	21	88	
Ensino Especia l	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Finance ira	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Game Design	0	0	0	0	0	0	0	1	1
gestao	1	0	0	0	0	0	0	0	1
gestão	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Gestão	3	6	2	0	0	0	0	0	11
gestão da qualida de	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Gestão do Patrimó nio Cultural	1	0	0	0	0	0	0	0	1
História	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Informat ica	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Linguas	1	0	0	0	0	0	0	0	1

Línguas e Relações Empresariais	0	1	0	0	0	0	0	1
Marketing	0	3	0	0	0	1	0	4
Medicina	0	1	0	0	0	0	0	1
Museologia	0	0	1	0	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	2	12	2	0	0	0	1	17
Psicologia	0	1	0	0	0	1	0	2
Psicologia Clínica	0	0	1	0	0	0	0	1
Relações Internacionais	1	0	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	4	12	1	0	0	0	2	19
Sociologia da saúde	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	90	263	67	6	21	13	56	516

Crosstab

6- [Google Académico]							Total
Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	

3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	2	2	1	1	0	3	4	13
	arquitetura paisagista	0	0	0	0	0	1	0	1
	Arquitetura Paisagista	1	0	0	0	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	10	11	4	8	13	6	10	62
	Biologia	1	0	0	0	0	0	1	2
	Bioquímica	0	0	0	0	0	0	1	1
	Biotecnologia	0	0	0	0	0	0	1	1
	Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	0	0	1	1
	ciências da educação	1	0	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Educação	0	0	0	0	0	0	1	1
	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	2	4	4	2	6	10	9	37

Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	2	7	3	9	13	20	13	67
Ciências Políticas	0	1	0	0	1	0	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	10	18	13	28	27	25	28	149
Design	1	2	0	0	1	0	0	4
Design Multimédia	0	0	1	0	0	0	0	1
Direito	1	0	0	0	0	0	0	1
economia	1	0	0	0	0	0	0	1
Economia	1	1	1	0	0	0	0	3
Educação	0	0	0	0	1	1	0	2
Educação básica	1	0	0	0	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	0	0	0	1	1	0	2
Enfermagem	0	0	0	0	1	1	1	3

Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	14	18	7	5	14	12	18	88
Ensino Especial	0	0	0	0	0	1	0	1
Financeira	0	1	0	0	0	0	0	1
Game Design	1	0	0	0	0	0	0	1
gestao	0	0	0	0	0	0	1	1
gestão	0	0	0	0	1	0	1	2
Gestão	2	1	1	0	2	2	3	11
gestão da qualidade	0	0	0	0	1	0	0	1
Gestão do Património Cultural	0	0	1	0	0	0	0	1
História	0	0	0	0	1	0	0	1
Informatica	0	1	0	0	0	0	0	1
Linguas	0	1	0	0	0	0	0	1
Linguas e Relações Empresariais	0	0	0	0	0	0	1	1
Marketing	0	1	0	0	0	1	2	4
Medicina	0	1	0	0	0	0	0	1
Museologia	0	0	0	1	0	0	0	1
Negócios Internacionais	0	0	0	0	1	0	0	1
Pedagogia	2	1	2	5	3	0	4	17
Psicologia	0	0	0	0	1	1	0	2
Psicologia Clínica	0	0	0	0	0	1	0	1

Relações Internacionais	1	0	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	1	1	1	2	6	5	3	19
Sociologia da saúde	0	0	0	0	0	1	0	1
Total	55	72	39	61	94	92	103	516

Crosstab

		6- [Videoconferência (ex. Skype)]						Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	3	2	1	4	2	13
	arquitetura paisagista	0	0	1	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	0	1	0	0	0	1
	Artes e Humanidades	2	11	15	6	6	4	62
	Biologia	0	2	0	0	0	0	2

Bioquímica	0	0	0	0	0	0	1	1
Biotecnologia	0	0	0	0	0	1	0	1
Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	1	0	0	0	1
ciências da educação	0	0	1	0	0	0	0	1
Ciências da Educação	0	0	0	0	0	0	1	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	3	6	10	0	5	5	8	37
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	0	20	5	4	12	12	14	67
Ciências Políticas	0	1	0	0	0	0	1	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	5	37	33	11	17	16	30	149
Design	0	0	1	0	1	0	2	4

Design Multime dia	0	0	1	0	0	0	0	1
Direito	0	0	0	0	0	0	1	1
econom ia	0	0	0	0	1	0	0	1
Econom ia	0	2	1	0	0	0	0	3
Educaç ão	0	1	0	0	0	0	1	2
Educaç ão básica	0	0	0	1	0	0	0	1
Educaç ão Física e Desport o	0	1	1	0	0	0	0	2
Enferm agem	0	2	0	1	0	0	0	3
Engenh aria, Tecnolo gia, Indústri a, Arquitec tura e Constru ção	3	20	12	3	14	10	26	88
Ensino Especia l	0	0	0	0	0	0	1	1
Finance ira	0	0	1	0	0	0	0	1
Game Design	0	0	1	0	0	0	0	1
gestao	0	1	0	0	0	0	0	1
gestão	0	1	1	0	0	0	0	2
Gestão	0	1	5	0	0	1	4	11
gestão da qualida de	0	0	1	0	0	0	0	1
Gestão do Patrimó nio Cultural	1	0	0	0	0	0	0	1
História	0	1	0	0	0	0	0	1
Informat ica	0	0	0	0	0	0	1	1
Linguas	0	0	1	0	0	0	0	1

Línguas e Relações Empresariais	0	0	1	0	0	0	0	1
Marketing	0	1	0	0	2	0	1	4
Medicina	0	0	0	0	0	0	1	1
Museologia	0	0	0	0	0	0	1	1
Negócios Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Pedagogia	1	2	3	1	2	1	7	17
Psicologia	0	2	0	0	0	0	0	2
Psicologia Clínica	0	0	0	0	0	1	0	1
Relações Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	5	3	2	1	4	4	19
Sociologia da saúde	0	0	0	0	0	0	1	1
Total	15	122	101	31	65	57	125	516

Crosstab

6- [Chat on-line (Chat do Facebook ou outro)]							
Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total

3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	1	1	2	3	5	1	13
	arquitetura paisagista	0	1	0	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	0	0	0	0	0	1	1
	Artes e Humanidades	2	7	3	27	8	11	4	62
	Biologia	0	1	0	0	1	0	0	2
	Bioquímica	0	0	0	0	0	0	1	1
	Biotecnologia	0	0	0	1	0	0	0	1
	Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	0	0	0	0	1	1
	ciências da educação	0	0	0	1	0	0	0	1
	Ciências da Educação	0	1	0	0	0	0	0	1
	Ciências da Saúde e Serviços Sociais	1	4	1	10	7	11	3	37

Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	0	4	3	23	7	23	7	67
Ciências Políticas	0	1	0	0	0	1	0	2
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	3	14	13	51	24	27	17	149
Design	0	0	0	0	1	3	0	4
Design Multime dia	0	0	0	1	0	0	0	1
Direito	0	0	0	0	1	0	0	1
economia	0	0	0	1	0	0	0	1
Economia	0	1	0	1	0	1	0	3
Educação	0	1	1	0	0	0	0	2
Educação básica	0	0	0	1	0	0	0	1
Educação Física e Desporto	0	0	0	1	1	0	0	2
Enfermagem	0	0	0	1	1	1	0	3

Engenharia, Tecnologia, Indústria, Arquitetura e Construção	1	4	7	25	18	19	14	88
Ensino Especial	0	1	0	0	0	0	0	1
Financeira	0	0	0	0	1	0	0	1
Game Design	0	0	0	0	1	0	0	1
gestao	0	1	0	0	0	0	0	1
gestão	0	1	0	0	0	1	0	2
Gestão	0	0	1	5	1	4	0	11
gestão da qualidade	0	0	0	0	0	1	0	1
Gestão do Património Cultural	0	0	0	0	0	0	1	1
História	0	0	0	0	0	1	0	1
Informática	0	0	0	0	0	1	0	1
Línguas	0	0	0	0	0	0	1	1
Línguas e Relações Empresariais	0	1	0	0	0	0	0	1
Marketing	0	0	0	2	1	1	0	4
Medicina	0	0	0	0	0	1	0	1
Museologia	0	0	0	0	0	0	1	1
Negócios Internacionais	0	0	0	1	0	0	0	1
Pedagogia	0	3	3	2	2	3	4	17
Psicologia	0	0	0	1	0	1	0	2
Psicologia Clínica	0	0	0	0	0	1	0	1

	Relações Internacionais	0	1	0	0	0	0	0	1
	Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	1	1	9	1	5	2	19
	Sociologia da saúde	0	1	0	0	0	0	0	1
Total		7	50	34	166	79	122	58	516

Crosstab

		6- [Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou outro)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
3- Área de Estudo	Agronomia, Agricultura, Pecuária, Pesca e Veterinária	0	0	7	0	2	1	2	13
	arquitetura paisagista	0	0	1	0	0	0	0	1
	Arquitetura Paisagista	0	0	0	0	0	0	1	1
	Artes e Humanidades	3	3	16	5	11	6	15	62
	Biologia	0	0	2	0	0	0	0	2

Bioquímica	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Biotecnologia	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Ciências da Ecologia e Paisagem	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
ciências da educação	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Ciências da Educação	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Ciências da Saúde e Serviços Sociais	1	2	14	1	4	6	4	5	37	
Ciências da Vida, da Terra, do Espaço, Químicas, Físicas e Exatas	0	1	27	4	12	7	10	6	67	
Ciências Políticas	0	0	1	0	0	0	1	0	2	
Ciências Sociais, do Comportamento, da Comunicação, Administração, Trabalho e Direito	3	7	45	15	23	18	24	14	149	
Design	1	0	1	0	0	1	1	0	4	

Design Multime dia	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Direito	1	0	0	0	0	0	0	0	1
econom ia	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Econom ia	1	0	2	0	0	0	0	0	3
Educaç ão	0	0	1	0	0	0	0	1	2
Educaç ão básica	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Educaç ão Física e Desport o	0	0	1	0	1	0	0	0	2
Enferm agem	0	0	0	1	2	0	0	0	3
Engenh aria, Tecnolo gia, Indústri a, Arquitec tura e Constru ção	3	2	25	7	12	13	16	10	88
Ensino Especia l	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Finance ira	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Game Design	1	0	0	0	0	0	0	0	1
gestao	0	0	1	0	0	0	0	0	1
gestão	0	0	1	0	0	0	0	1	2
Gestão	0	1	3	0	1	2	3	1	11
gestão da qualida de	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Gestão do Patrimó nio Cultural	0	0	0	0	1	0	0	0	1
História	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Informat ica	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Línguas	0	0	1	0	0	0	0	0	1

Línguas e Relações Empresariais	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Marketing	0	0	0	1	1	0	2	0	4
Medicina	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Museologia	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Negócios Internacionais	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pedagogia	0	3	3	1	2	4	1	3	17
Psicologia	0	0	1	0	0	1	0	0	2
Psicologia Clínica	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Relações Internacionais	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Serviços: Turismo, Hotelaria, Desporto, Estética, Transporte, Meio Ambiente e Segurança	0	0	9	3	4	0	2	1	19
Sociologia da saúde	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Total	14	19	168	40	79	60	87	49	516

Crosstab

6- [Google]						Total
Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	

4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	0	1	0	0	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	0	0	0	0	1	0	1
	CTESP	0	0	1	0	0	0	1
	curso de especialização tecnológica	0	0	1	0	0	0	1
	Doutoramento	0	0	43	3	17	0	63
	Licenciatura	1	2	187	15	73	4	282
	Mestrado	0	3	103	9	44	1	160
	Mestrado integrado	0	0	1	0	0	0	1
	Mestrado Integrado	0	0	2	0	2	0	4
	pos Doutoramento	0	0	1	0	0	0	1
	TESP	0	0	1	0	0	0	1
Total		1	5	341	27	137	5	516

Crosstab

		6- [Wikipedia]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequente	Uso muito	Uso pontualmente	
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	0	0	0	1	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	0	0	0	0	0	1	1
	CTESP	0	1	0	0	0	0	1

	curso de especialização tecnológica	0	0	1	0	0	0	1
	Doutoramento	2	15	2	13	11	20	63
	Licenciatura	15	45	19	73	54	76	282
	Mestrado	6	30	9	43	20	52	160
	Mestrado integrado	0	0	0	1	0	0	1
	Mestrado Integrado	0	0	0	1	2	1	4
	pos Doutoramento	0	1	0	0	0	0	1
	TESP	0	0	1	0	0	0	1
Total		23	92	32	131	88	150	516

Crosstab

		6- [Academia.edu]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
4- Grau Acadêmico	2ºano da licenciatura	0	0	0	0	0	0	1	1
	5º ano do Mestrado Integrado	1	0	0	0	0	0	0	1
	CTESP	0	0	1	0	0	0	0	1
	curso de especialização tecnológica	1	0	0	0	0	0	0	1
	Doutoramento	8	6	15	5	9	5	15	63
	Licenciatura	166	41	37	3	7	3	25	282

Mestrado	54	25	28	1	19	10	23	160
Mestrado integrado	0	1	0	0	0	0	0	1
Mestrado Integrado	2	0	2	0	0	0	0	4
pos Doutoramento	0	0	0	0	0	0	1	1
TESP	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	233	73	83	9	35	18	65	516

Crosstab

		6- [ResearchGate]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	1	0	0	0	0	0	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	1	0	0	0	0	0	0	1
	CTESP	0	0	1	0	0	0	0	1
	curso de especialização tecnológica	1	0	0	0	0	0	0	1
	Doutoramento	12	8	11	3	15	6	8	63
	Licenciatura	190	34	27	5	7	4	15	282
	Mestrado	58	20	23	5	20	11	23	160
	Mestrado integrado	0	0	0	0	0	1	0	1
	Mestrado Integrado	3	0	1	0	0	0	0	4

pos Dotoura mento	0	0	1	0	0	0	0	1
TESP	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	267	62	64	13	42	22	46	516

Crosstab

		6- [Facebook]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu alme nte	Total
4- Grau Acadêmico	2ºano da licenciatura	0	0	0	0	0	1	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	0	0	0	1	0	0	0	1
	CTESP	0	0	1	0	0	0	0	1
	curso de especialização tecnológica	0	0	0	1	0	0	0	1
	Doutoramento	0	10	4	21	12	12	4	63
	Licenciatura	2	14	6	140	40	65	15	282
	Mestrado	0	9	8	69	25	35	14	160
	Mestrado integrado	0	0	0	1	0	0	0	1
	Mestrado Integrado	0	0	0	1	1	2	0	4
	pos Dotouramento	0	0	0	0	1	0	0	1
	TESP	0	0	0	0	0	1	0	1
Total	2	33	19	234	79	116	33	516	

Crosstab

6- [Twitter]

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu almente	Total
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	0	0	0	0	0	1	1
	5º ano do Mestrado Integrado	0	1	0	0	0	0	0	1
	CTESP	0	0	0	0	0	0	1	1
	curso de especialização tecnológica	0	1	0	0	0	0	0	1
	Doutoramento	3	42	8	1	3	0	6	63
	Licenciatura	10	196	27	9	9	6	25	282
	Mestrado	6	116	21	3	7	1	6	160
	Mestrado integrado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Mestrado Integrado	0	4	0	0	0	0	0	4
	pos Doutoramento	0	0	0	0	0	0	1	1
	TESP	0	0	0	0	1	0	0	1
	Total	19	361	56	13	20	7	40	516

Crosstab

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu almente	Total
6- [Tumblr]									
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	0	0	0	0	0	1	1

5º ano do Mestrado Integrado	0	1	0	0	0	0	0	1
CTESP	0	1	0	0	0	0	0	1
curso de especialização tecnológica	0	1	0	0	0	0	0	1
Doutoramento	18	39	5	1	0	0	0	63
Licenciatura	24	172	37	8	9	6	26	282
Mestrado	19	114	14	0	3	1	9	160
Mestrado integrado	0	1	0	0	0	0	0	1
Mestrado Integrado	0	4	0	0	0	0	0	4
pos Doutoramento	0	1	0	0	0	0	0	1
TESP	0	0	1	0	0	0	0	1
Total	61	334	57	9	12	7	36	516

Crosstab

		6- [Instagram]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	0	0	1	0	0	0
	5º ano do Mestrado Integrado	0	1	0	0	0	0	0
	CTESP	0	0	0	0	1	0	0
Total		0	1	0	1	1	0	0

	curso de especialização tecnológica	0	0	0	0	0	0	1	1
	Doutoramento	4	42	6	3	3	1	4	63
	Licenciatura	6	112	12	58	30	40	24	282
	Mestrado	4	74	17	17	18	17	13	160
	Mestrado integrado	0	0	0	1	0	0	0	1
	Mestrado Integrado	0	1	0	2	1	0	0	4
	pos Doutoramento	0	1	0	0	0	0	0	1
	TESP	0	0	0	0	1	0	0	1
Total		14	231	35	82	54	58	42	516

Crosstab

		6- [Jogos Online]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	1	0	0	0	0	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	0	0	1	0	0	0	0	1
	CTESP	0	0	1	0	0	0	0	1
	curso de especialização tecnológica	0	0	0	1	0	0	0	1
	Doutoramento	3	45	8	1	3	1	2	63
	Licenciatura	5	113	78	12	21	16	37	282

Mestrado	7	87	31	3	8	2	22	160
Mestrado integrado	0	1	0	0	0	0	0	1
Mestrado Integrado	0	3	0	0	0	0	1	4
pos Doutoramento	0	1	0	0	0	0	0	1
TESP	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	15	252	119	17	32	19	62	516

Crosstab

		6- [Jogos Offline (Download)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	1	0	0	0	0	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	0	0	1	0	0	0	0	1
	CTESP	0	0	1	0	0	0	0	1
	curso de especialização tecnológica	0	0	0	1	0	0	0	1
	Doutoramento	3	42	6	1	3	2	6	63
	Licenciatura	14	120	59	9	14	14	52	282
	Mestrado	10	87	20	2	11	1	29	160
	Mestrado integrado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Mestrado Integrado	0	1	0	1	1	0	1	4

pos Dotoura mento	0	1	0	0	0	0	0	1
TESP	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	27	254	87	14	29	17	88	516

Crosstab

		6- [Youtube]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanêci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu almente	
4- Grau Acadêmico	2ºano da licenciatura	0	0	0	1	0	0	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	0	0	0	0	1	0	0	1
	CTESP	0	0	0	0	0	0	1	1
	curso de especialização tecnológica	0	0	0	1	0	0	0	1
	Doutoramento	0	2	6	11	16	12	16	63
	Licenciatura	1	3	4	96	63	83	32	282
	Mestrado	0	0	5	35	43	54	23	160
	Mestrado integrado	0	0	0	1	0	0	0	1
	Mestrado Integrado	0	0	1	1	0	1	1	4
	pos Dotoura mento	0	0	0	0	0	0	1	1
	TESP	0	0	0	1	0	0	0	1
	Total	1	5	16	147	123	150	74	516

Crosstab

6- [Vimeo]

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu alme nte	Total
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	1	0	0	0	0	0	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	1	0	0	0	0	0	0	1
	CTESP	0	0	0	0	0	0	1	1
	curso de especialização tecnológica	0	0	0	0	1	0	0	1
	Doutoramento	17	18	12	1	2	1	12	63
	Licenciatura	87	121	21	1	12	7	33	282
	Mestrado	40	58	23	4	10	8	17	160
	Mestrado integrado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Mestrado Integrado	0	3	1	0	0	0	0	4
	pos Doutoramento	0	0	0	0	0	0	1	1
	TESP	0	0	0	0	0	1	0	1
Total		146	201	57	6	25	17	64	516

Crosstab

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu alme nte	Total
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	1	0	0	0	0	0	0	1

5º ano do Mestrado Integrado	0	1	0	0	0	0	0	1
CTESP	0	0	1	0	0	0	0	1
curso de especialização tecnológica	0	0	0	0	0	0	1	1
Doutoramento	15	28	6	1	0	3	10	63
Licenciatura	34	103	33	30	25	33	24	282
Mestrado	17	66	19	11	13	17	17	160
Mestrado integrado	0	0	0	0	1	0	0	1
Mestrado Integrado	0	1	0	1	0	0	2	4
pos Doutoramento	0	1	0	0	0	0	0	1
TESP	0	0	0	0	1	0	0	1
Total	67	200	59	43	40	53	54	516

Crosstab

		6- [E-mail (Correio Eletrónico)]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
4- Grau Académico	2º ano da licenciatura	0	0	0	1	0	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	0	0	1	0	0	0	1
	CTESP	0	0	1	0	0	0	1

curso de especialização tecnológica	0	0	1	0	0	0	1
Doutoramento	0	0	51	4	6	2	63
Licenciatura	2	4	167	24	80	5	282
Mestrado	0	3	115	9	31	2	160
Mestrado integrado	0	0	1	0	0	0	1
Mestrado Integrado	0	0	4	0	0	0	4
pos Doutoramento	0	0	1	0	0	0	1
TESP	0	0	1	0	0	0	1
Total	2	7	343	38	117	9	516

Crosstab

		6- [E-bay]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	0	1	0	0	0	0
	5º ano do Mestrado Integrado	0	1	0	0	0	0	0
	CTESP	0	1	0	0	0	0	0
	curso de especialização tecnológica	0	1	0	0	0	0	0
	Doutoramento	8	27	13	2	1	0	12
	Licenciatura	20	154	41	3	20	8	36
	Total							

Mestrado	6	93	21	1	8	7	24	160
Mestrado integrado	0	0	0	0	1	0	0	1
Mestrado Integrado	0	3	1	0	0	0	0	4
pos Doutoramento	0	0	1	0	0	0	0	1
TESP	0	0	1	0	0	0	0	1
Total	34	280	79	6	30	15	72	516

Crosstab

		6- [Wish]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	1	0	0	0	0	0	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	1	0	0	0	0	0	0	1
	CTESP	1	0	0	0	0	0	0	1
	curso de especialização tecnológica	0	1	0	0	0	0	0	1
	Doutoramento	34	23	4	0	1	0	1	63
	Licenciatura	118	133	19	1	2	1	8	282
	Mestrado	79	70	6	0	0	0	5	160
	Mestrado integrado	1	0	0	0	0	0	0	1
	Mestrado Integrado	3	1	0	0	0	0	0	4

pos Dotoura mento	0	1	0	0	0	0	0	1
TESP	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	239	229	29	1	3	1	14	516

Crosstab

		6- [OLX]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu alme nte
4- Grau Acadêmico	2ºano da licenciatura	0	0	1	0	0	0	0
	5º ano do Mestrado Integrado	0	1	0	0	0	0	0
	CTESP	0	0	1	0	0	0	0
	curso de especial ização tecnoló gica	0	1	0	0	0	0	0
	Doutora mento	5	25	13	1	2	1	16
	Licencia tura	13	149	70	3	11	4	32
	Mestrado	4	69	44	2	10	2	29
	Mestrado integrado	0	0	0	0	1	0	0
	Mestrado Integrado	0	3	0	0	0	0	1
	pos Dotoura mento	0	0	0	0	0	0	1
	TESP	0	1	0	0	0	0	0
Total		22	249	129	6	24	7	79

Crosstab

6- [Fóruns de Discussão (ex: Reddit)]

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu almente	Total
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	1	0	0	0	0	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	0	0	0	0	0	0	1	1
	CTESP	0	1	0	0	0	0	0	1
	curso de especialização tecnológica	0	0	0	0	0	1	0	1
	Doutoramento	14	23	9	1	7	1	8	63
	Licenciatura	52	150	36	4	8	6	26	282
	Mestrado	24	83	22	1	6	5	19	160
	Mestrado integrado	0	0	0	0	0	0	1	1
	Mestrado Integrado	0	4	0	0	0	0	0	4
	pos Doutoramento	0	1	0	0	0	0	0	1
	TESP	0	0	0	0	0	0	1	1
Total		90	263	67	6	21	13	56	516

Crosstab

		6- [Google Académico]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu almente	Total
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	0	0	0	1	0	0	1

5º ano do Mestrado Integrado	0	0	1	0	0	0	0	1
CTESP	0	1	0	0	0	0	0	1
curso de especialização tecnológica	0	1	0	0	0	0	0	1
Doutoramento	2	3	0	17	16	14	11	63
Licenciatura	42	55	26	16	49	44	50	282
Mestrado	10	10	12	27	28	32	41	160
Mestrado integrado	0	0	0	0	0	1	0	1
Mestrado Integrado	0	2	0	0	0	1	1	4
pos Doutoramento	0	0	0	1	0	0	0	1
TESP	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	55	72	39	61	94	92	103	516

Crosstab

		6- [Videoconferência (ex. Skype)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	1	0	0	0	0	0	1
	5º ano do Mestrado Integrado	0	1	0	0	0	0	0	1
	CTESP	0	1	0	0	0	0	0	1

	curso de especialização tecnológica	0	0	1	0	0	0	0	1
	Doutoramento	1	6	5	8	13	12	18	63
	Licenciatura	12	84	62	17	27	25	55	282
	Mestrado	2	29	32	6	23	18	50	160
	Mestrado integrado	0	0	0	0	0	0	1	1
	Mestrado Integrado	0	0	0	0	1	2	1	4
	pos Doutoramento	0	0	0	0	1	0	0	1
	TESP	0	0	1	0	0	0	0	1
Total		15	122	101	31	65	57	125	516

Crosstab

		6- [Chat on-line (Chat do Facebook ou outro)]								
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total	
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	0	0	0	0	1	0	1	
	5º ano do Mestrado Integrado	0	0	0	1	0	0	0	1	
	CTESP	0	0	0	0	0	0	1	1	
	curso de especialização tecnológica	0	0	0	1	0	0	0	1	
	Doutoramento	0	10	11	12	9	12	9	63	
	Licenciatura	6	26	11	98	41	69	31	282	

Mestrado	1	14	12	52	27	37	17	160
Mestrado integrado	0	0	0	1	0	0	0	1
Mestrado Integrado	0	0	0	1	0	3	0	4
pos Doutoramento	0	0	0	0	1	0	0	1
TESP	0	0	0	0	1	0	0	1
Total	7	50	34	166	79	122	58	516

Crosstab

		6- [Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou outro)]									
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total		
4- Grau Académico	2ºano da licenciatura	0	0	1	0	0	0	0	1		
	5º ano do Mestrado Integrado	0	0	1	0	0	0	0	1		
	CTESP	0	0	0	0	0	0	1	1		
	curso de especialização tecnológica	0	0	0	0	0	1	0	1		
	Doutoramento	1	2	18	4	6	11	12	63		
	Licenciatura	8	13	100	19	46	22	51	282		
	Mestrado	5	4	46	17	24	26	16	160		
	Mestrado integrado	0	0	1	0	0	0	0	1		
	Mestrado Integrado	0	0	1	0	2	0	1	4		

pos Dotoura mento	0	0	0	0	1	0	0	0	1
TESP	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Total	14	19	168	40	79	60	87	49	516

Crosstab

		6- [Google]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontualmen te	
5- Universidad e	ISCTE - Instituto Universi tário de Lisboa	0	0	1	0	0	0	1
	Universi dade da Beira Interior	0	0	14	2	5	0	21
	Universi dade da Madeira	0	0	62	6	17	1	86
	Universi dade de Aveiro	0	1	92	7	34	1	135
	Universi dade de Coimbr a	0	1	1	0	1	0	3
	Universi dade de Évora	1	3	139	7	55	3	208
	Universi dade de Lisboa	0	0	2	0	2	0	4
	Universi dade do Algarve	0	0	1	0	1	0	2
	Universi dade do Minho	0	0	28	5	20	0	53

Universidade do Porto	0	0	0	0	1	0	1
Universidade dos Açores	0	0	0	0	1	0	1
Universidade Nova de Lisboa	0	0	1	0	0	0	1
Total	1	5	341	27	137	5	516

Crosstab

		6- [Wikipedia]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	0	0	1	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	0	1	3	7	6	4	21
	Universidade da Madeira	4	19	3	18	16	26	86
	Universidade de Aveiro	3	28	12	34	21	37	135
	Universidade de Coimbra	0	1	0	0	0	2	3
	Universidade de Évora	14	36	12	56	37	53	208
	Universidade de Lisboa	0	1	0	0	1	2	4
	Universidade do Algarve	0	0	0	1	0	1	2

Universidade do Minho	2	5	1	15	7	23	53
Universidade do Porto	0	0	0	0	0	1	1
Universidade dos Açores	0	0	0	0	0	1	1
Universidade Nova de Lisboa	0	1	0	0	0	0	1
Total	23	92	32	131	88	150	516

Crosstab

		6- [Academia.edu]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	16	3	1	0	0	0	1	21
	Universidade da Madeira	45	11	11	0	4	1	14	86
	Universidade de Aveiro	57	18	23	1	12	5	19	135
	Universidade de Coimbra	2	0	1	0	0	0	0	3
	Universidade de Évora	82	34	34	7	13	11	27	208
	Universidade de Lisboa	1	1	1	0	1	0	0	4

	Universidade do Algarve	2	0	0	0	0	0	0	2
	Universidade do Minho	28	6	10	0	5	1	3	53
	Universidade do Porto	0	0	1	0	0	0	0	1
	Universidade dos Açores	0	0	0	0	0	0	1	1
	Universidade Nova de Lisboa	0	0	1	0	0	0	0	1
Total		233	73	83	9	35	18	65	516

Crosstab

		6- [ResearchGate]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	17	2	1	0	0	0	1	21
	Universidade da Madeira	47	8	8	2	9	2	10	86
	Universidade de Aveiro	60	13	21	6	17	4	14	135
	Universidade de Coimbra	2	1	0	0	0	0	0	3

	Universidade de Coimbra	0	0	1	0	1	1	0	3
	Universidade de Évora	1	17	8	93	34	42	13	208
	Universidade de Lisboa	0	1	0	1	0	2	0	4
	Universidade do Algarve	0	0	0	1	1	0	0	2
	Universidade do Minho	0	3	1	22	5	17	5	53
	Universidade do Porto	0	0	0	0	0	1	0	1
	Universidade dos Açores	0	0	0	0	0	0	1	1
	Universidade Nova de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
Total		2	33	19	234	79	116	33	516

Crosstab

		6- [Twitter]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	0	17	2	0	0	0	2	21

Universidade da Madeira	3	56	15	1	4	3	4	86
Universidade de Aveiro	4	86	17	4	5	1	18	135
Universidade de Coimbra	0	3	0	0	0	0	0	3
Universidade de Évora	7	151	18	7	9	1	15	208
Universidade de Lisboa	0	3	1	0	0	0	0	4
Universidade do Algarve	0	2	0	0	0	0	0	2
Universidade do Minho	4	40	3	1	2	2	1	53
Universidade do Porto	0	1	0	0	0	0	0	1
Universidade dos Açores	0	1	0	0	0	0	0	1
Universidade Nova de Lisboa	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	19	361	56	13	20	7	40	516

Crosstab

		6- [Tumblr]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0
								Total

Universidade da Beira Interior	0	15	4	1	0	0	1	21
Universidade da Madeira	7	59	9	1	2	1	7	86
Universidade de Aveiro	14	88	15	2	2	3	11	135
Universidade de Coimbra	0	3	0	0	0	0	0	3
Universidade de Évora	28	125	27	5	6	2	15	208
Universidade de Lisboa	1	2	0	0	1	0	0	4
Universidade do Algarve	0	1	1	0	0	0	0	2
Universidade do Minho	9	39	1	0	1	1	2	53
Universidade do Porto	0	1	0	0	0	0	0	1
Universidade dos Açores	1	0	0	0	0	0	0	1
Universidade Nova de Lisboa	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	61	334	57	9	12	7	36	516

Crosstab

6- [Instagram]							
Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total

5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	0	5	2	4	3	1	6	21
	Universidade da Madeira	1	43	8	10	7	7	10	86
	Universidade de Aveiro	2	46	7	26	18	23	13	135
	Universidade de Coimbra	0	2	0	0	0	1	0	3
	Universidade de Évora	8	100	17	34	19	18	12	208
	Universidade de Lisboa	0	2	0	0	2	0	0	4
	Universidade do Algarve	0	1	0	0	1	0	0	2
	Universidade do Minho	2	30	1	7	4	8	1	53
	Universidade do Porto	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade dos Açores	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade Nova de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
Total		14	231	35	82	54	58	42	516

Crosstab

6- [Jogos Online]

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu almente	Total
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	0	2	4	4	3	5	3	21
	Universidade da Madeira	1	28	28	4	8	6	11	86
	Universidade de Aveiro	6	63	36	1	8	4	17	135
	Universidade de Coimbra	0	2	0	0	0	0	1	3
	Universidade de Évora	6	120	41	6	9	3	23	208
	Universidade de Lisboa	0	3	0	0	0	0	1	4
	Universidade do Algarve	0	1	0	0	0	0	1	2
	Universidade do Minho	2	32	10	0	3	1	5	53
	Universidade do Porto	0	0	0	1	0	0	0	1
	Universidade dos Açores	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade Nova de Lisboa	0	0	0	0	1	0	0	1
	Total	15	252	119	17	32	19	62	516

Crosstab

		6- [Jogos Offline (Download)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	0	4	4	1	3	4	5	21
	Universidade da Madeira	5	36	20	3	6	4	12	86
	Universidade de Aveiro	8	64	23	2	4	5	29	135
	Universidade de Coimbra	0	1	0	0	0	0	2	3
	Universidade de Évora	9	111	34	7	10	4	33	208
	Universidade de Lisboa	0	4	0	0	0	0	0	4
	Universidade do Algarve	0	2	0	0	0	0	0	2
	Universidade do Minho	4	31	6	1	5	0	6	53
	Universidade do Porto	0	0	0	0	0	0	1	1
	Universidade dos Açores	0	1	0	0	0	0	0	1

Universidade Nova de Lisboa	0	0	0	0	1	0	0	1
Total	27	254	87	14	29	17	88	516

Crosstab

		6- [Youtube]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0
	Universidade da Beira Interior	0	0	0	9	7	5	0
	Universidade da Madeira	0	0	2	25	23	24	12
	Universidade de Aveiro	0	2	3	39	28	45	18
	Universidade de Coimbra	0	0	1	0	1	1	0
	Universidade de Évora	0	3	7	62	49	54	33
	Universidade de Lisboa	0	0	0	1	0	2	1
	Universidade do Algarve	0	0	0	1	0	0	1
	Universidade do Minho	1	0	3	9	13	18	9
	Total	1	5	13	117	113	144	73

	Universidade do Porto	0	0	0	0	1	0	0	1
	Universidade dos Açores	0	0	0	0	0	1	0	1
	Universidade Nova de Lisboa	0	0	0	0	1	0	0	1
Total		1	5	16	147	123	150	74	516

Crosstab

		6- [Vimeo]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	1	10	1	0	3	2	4	21
	Universidade da Madeira	21	34	12	1	3	0	15	86
	Universidade de Aveiro	36	51	14	2	9	7	16	135
	Universidade de Coimbra	0	3	0	0	0	0	0	3
	Universidade de Évora	63	79	24	3	8	8	23	208
	Universidade de Lisboa	0	2	0	0	0	0	2	4

	Universidade do Algarve	1	1	0	0	0	0	0	2
	Universidade do Minho	22	19	6	0	2	0	4	53
	Universidade do Porto	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade dos Açores	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade Nova de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1
Total		146	201	57	6	25	17	64	516

Crosstab

		6- [Spotify]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	1	4	4	2	2	5	3	21
	Universidade da Madeira	12	41	7	8	4	6	8	86
	Universidade de Aveiro	13	43	17	15	12	19	16	135
	Universidade de Coimbra	0	2	0	0	1	0	0	3

	Universidade da Madeira	3	47	14	0	10	3	9	86
	Universidade de Aveiro	10	68	19	2	5	4	27	135
	Universidade de Coimbra	0	0	1	0	1	0	1	3
	Universidade de Évora	15	126	28	2	9	5	23	208
	Universidade de Lisboa	0	2	1	0	0	0	1	4
	Universidade do Algarve	0	1	0	0	0	1	0	2
	Universidade do Minho	5	25	11	0	5	2	5	53
	Universidade do Porto	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade dos Açores	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade Nova de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
Total		34	280	79	6	30	15	72	516

Crosstab

		6- [Wish]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1

Universidade da Beira Interior	6	11	4	0	0	0	0	21
Universidade da Madeira	34	47	5	0	0	0	0	86
Universidade de Aveiro	61	58	8	1	0	1	6	135
Universidade de Coimbra	3	0	0	0	0	0	0	3
Universidade de Évora	99	89	9	0	3	0	8	208
Universidade de Lisboa	3	1	0	0	0	0	0	4
Universidade do Algarve	0	2	0	0	0	0	0	2
Universidade do Minho	30	20	3	0	0	0	0	53
Universidade do Porto	0	1	0	0	0	0	0	1
Universidade dos Açores	1	0	0	0	0	0	0	1
Universidade Nova de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1
Total	239	229	29	1	3	1	14	516

Crosstab

6- [OLX]							
Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total

5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	0	8	8	0	2	0	3	21
	Universidade da Madeira	2	62	16	1	1	0	4	86
	Universidade de Aveiro	7	60	42	1	4	3	18	135
	Universidade de Coimbra	0	0	2	0	0	0	1	3
	Universidade de Évora	10	85	52	3	12	4	42	208
	Universidade de Lisboa	1	2	0	0	0	0	1	4
	Universidade do Algarve	0	2	0	0	0	0	0	2
	Universidade do Minho	1	29	9	0	5	0	9	53
	Universidade do Porto	0	0	0	0	0	0	1	1
	Universidade dos Açores	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade Nova de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1
Total		22	249	129	6	24	7	79	516

Crosstab

6- [Fóruns de Discussão (ex: Reddit)]

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu almente	Total
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	2	9	6	1	1	1	1	21
	Universidade da Madeira	13	48	5	1	5	2	12	86
	Universidade de Aveiro	21	68	22	0	5	1	18	135
	Universidade de Coimbra	1	2	0	0	0	0	0	3
	Universidade de Évora	34	113	28	4	9	5	15	208
	Universidade de Lisboa	2	1	1	0	0	0	0	4
	Universidade do Algarve	1	1	0	0	0	0	0	2
	Universidade do Minho	14	21	5	0	1	4	8	53
	Universidade do Porto	1	0	0	0	0	0	0	1
	Universidade dos Açores	0	0	0	0	0	0	1	1
	Universidade Nova de Lisboa	0	0	0	0	0	0	1	1
	Total	90	263	67	6	21	13	56	516

Crosstab

		6- [Google Académico]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	1	0	0	0	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	5	6	2	0	3	1	4	21
	Universidade da Madeira	11	14	8	13	15	11	14	86
	Universidade de Aveiro	8	17	9	17	30	27	27	135
	Universidade de Coimbra	2	0	1	0	0	0	0	3
	Universidade de Évora	23	28	14	27	37	38	41	208
	Universidade de Lisboa	1	1	1	0	0	0	1	4
	Universidade do Algarve	0	0	0	0	0	1	1	2
	Universidade do Minho	4	5	4	3	9	14	14	53
	Universidade do Porto	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade dos Açores	0	0	0	0	0	0	1	1

Universidade Nova de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
Total	55	72	39	61	94	92	103	516

Crosstab

		6- [Videoconferência (ex. Skype)]						
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0
	Universidade da Beira Interior	0	4	7	0	1	0	9
	Universidade da Madeira	2	22	23	5	9	7	18
	Universidade de Aveiro	1	29	17	9	28	16	35
	Universidade de Coimbra	0	0	2	0	0	0	1
	Universidade de Évora	7	49	45	15	23	22	47
	Universidade de Lisboa	0	1	0	0	1	0	2
	Universidade do Algarve	0	0	0	0	0	2	0
	Universidade do Minho	5	15	7	0	3	10	13
	Total	15	96	94	30	63	47	116

	Universidade do Porto	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade dos Açores	0	1	0	0	0	0	0	1
	Universidade Nova de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
Total		15	122	101	31	65	57	125	516

Crosstab

		6- [Chat on-line (Chat do Facebook ou outro)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	0	0	0	9	6	5	1	21
	Universidade da Madeira	2	11	3	26	15	21	8	86
	Universidade de Aveiro	3	6	7	53	14	34	18	135
	Universidade de Coimbra	0	0	1	1	1	0	0	3
	Universidade de Évora	2	26	18	57	38	41	26	208
	Universidade de Lisboa	0	1	0	0	1	2	0	4

	Universidade do Algarve	0	0	0	1	0	1	0	2
	Universidade do Minho	0	6	4	17	4	17	5	53
	Universidade do Porto	0	0	1	0	0	0	0	1
	Universidade dos Açores	0	0	0	0	0	1	0	1
	Universidade Nova de Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1
Total		7	50	34	166	79	122	58	516

Crosstab

		6- [Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou outro)]							
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
5- Universidade	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	0	0	0	0	1	0	0	1
	Universidade da Beira Interior	8	0	7	1	0	1	4	21
	Universidade da Madeira	0	3	27	7	15	13	15	86
	Universidade de Aveiro	4	4	35	14	21	13	29	135
	Universidade de Coimbra	2	0	0	1	0	0	0	3

Universidade de Évora	0	7	75	14	35	25	29	23	208
Universidade de Lisboa	0	0	1	0	1	1	1	0	4
Universidade do Algarve	0	0	0	1	0	0	1	0	2
Universidade do Minho	0	5	21	2	6	7	7	5	53
Universidade do Porto	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Universidade dos Açores	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Universidade Nova de Lisboa	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	14	19	168	40	79	60	87	49	516

Crosstab

		6- [Google]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	0	0	0	1	3	0	4
	Manhã, Noite	0	0	4	0	5	0	9
	Manhã, Tarde	0	0	10	0	7	0	17
	Manhã, Tarde, Noite	0	0	27	4	24	0	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	0	5	0	1	0	6
	Noite	0	0	17	3	5	0	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	1	0	1

	Sempre Ligado	1	4	233	9	65	2	314
	Tarde	0	0	11	2	6	2	21
	Tarde, Noite	0	1	34	8	20	1	64
Total		1	5	341	27	137	5	516

Crosstab

		6- [Wikipedia]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	1	0	2	0	0	4
	Manhã, Noite	1	3	1	1	1	2	9
	Manhã, Tarde	1	2	0	6	3	5	17
	Manhã, Tarde, Noite	2	10	4	21	5	13	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	1	2	0	3	0	0	6
	Noite	0	3	1	4	3	14	25
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	14	54	24	78	61	83	314
	Tarde	0	5	1	3	3	9	21
	Tarde, Noite	3	11	1	13	12	24	64
Total		23	92	32	131	88	150	516

Crosstab

		6- [Academia.edu]						Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	2	1	1	0	0	0	4
	Manhã, Noite	2	1	2	0	1	3	9
	Manhã, Tarde	4	0	3	0	4	3	17

Manhã, Tarde, Noite	20	6	11	2	3	0	13	55
Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	2	0	2	0	0	0	2	6
Noite	11	4	3	0	1	3	3	25
Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
Sempre Ligado	149	45	43	7	21	9	40	314
Tarde	10	3	6	0	1	0	1	21
Tarde, Noite	33	12	12	0	4	0	3	64
Total	233	73	83	9	35	18	65	516

Crosstab

		6- [ResearchGate]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	2	2	0	0	0	0	0	4
	Manhã, Noite	3	1	2	0	1	2	0	9
	Manhã, Tarde	4	2	5	0	1	2	3	17
	Manhã, Tarde, Noite	27	5	8	0	3	4	8	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	4	0	1	0	1	0	0	6
	Noite	12	4	3	1	2	0	3	25
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	168	34	33	12	28	13	26	314
	Tarde	10	4	5	0	1	0	1	21
	Tarde, Noite	37	9	7	0	5	1	5	64
Total		267	62	64	13	42	22	46	516

Crosstab

		6- [Facebook]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	1	0	0	1	0	1	4
	Manhã, Noite	0	1	0	3	2	2	1	9
	Manhã, Tarde	0	2	1	8	4	2	0	17
	Manhã, Tarde, Noite	0	8	1	15	14	15	2	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	0	0	4	0	2	0	6
	Noite	0	1	2	8	3	9	2	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	1	0	0	1
	Sempre Ligado	1	15	11	164	38	65	20	314
	Tarde	0	2	2	8	2	4	3	21
	Tarde, Noite	0	3	2	24	14	17	4	64
Total		2	33	19	234	79	116	33	516

Crosstab

		6- [Twitter]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	2	2	0	0	0	0	0	4
	Manhã, Noite	0	8	1	0	0	0	0	9
	Manhã, Tarde	0	15	2	0	0	0	0	17
	Manhã, Tarde, Noite	5	36	7	0	3	0	4	55

	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	4	1	0	0	1	0	6
	Noite	2	14	4	0	0	0	5	25
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	9	209	34	13	16	6	27	314
	Tarde	1	15	2	0	1	0	2	21
	Tarde, Noite	0	57	5	0	0	0	2	64
Total		19	361	56	13	20	7	40	516

Crosstab

		6- [Tumblr]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	2	0	0	0	0	1	4
	Manhã, Noite	0	6	2	0	0	0	1	9
	Manhã, Tarde	2	13	2	0	0	0	0	17
	Manhã, Tarde, Noite	11	39	1	0	0	0	4	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	4	2	0	0	0	0	6
	Noite	7	15	2	1	0	0	0	25
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	34	197	35	7	12	5	24	314
	Tarde	3	17	1	0	0	0	0	21
	Tarde, Noite	3	40	12	1	0	2	6	64
Total		61	334	57	9	12	7	36	516

Crosstab

		6- [Instagram]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	2	0	0	0	0	1	4
	Manhã, Noite	0	4	0	2	2	0	1	9
	Manhã, Tarde	0	12	2	1	0	1	1	17
	Manhã, Tarde, Noite	3	38	4	3	1	4	2	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	1	0	1	1	1	2	6
	Noite	2	12	3	2	1	4	1	25
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	7	120	23	66	37	37	24	314
	Tarde	0	9	2	2	4	3	1	21
	Tarde, Noite	1	32	1	5	8	8	9	64
Total		14	231	35	82	54	58	42	516

Crosstab

		6- [Jogos Online]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	2	0	0	0	0	1	4
	Manhã, Noite	1	6	1	0	0	0	1	9
	Manhã, Tarde	0	13	3	0	0	0	1	17
	Manhã, Tarde, Noite	2	26	5	3	6	3	10	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	2	0	0	1	2	1	6
	Noite	1	13	6	1	3	1	0	25

	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	8	147	87	11	15	10	36	314
	Tarde	0	10	6	0	2	1	2	21
	Tarde, Noite	2	32	11	2	5	2	10	64
Total		15	252	119	17	32	19	62	516

Crosstab

		6- [Jogos Offline (Download)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	2	0	0	1	0	0	4
	Manhã, Noite	1	5	0	0	0	0	3	9
	Manhã, Tarde	0	11	4	0	0	0	2	17
	Manhã, Tarde, Noite	7	27	3	3	5	1	9	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	3	0	0	1	2	0	6
	Noite	1	13	4	0	2	0	5	25
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	14	151	60	10	11	12	56	314
	Tarde	1	12	4	0	2	0	2	21
	Tarde, Noite	2	29	12	1	7	2	11	64
Total		27	254	87	14	29	17	88	516

Crosstab

		6- [Youtube]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que	Manhã	0	0	0	0	2	1	1	4

horario costuma aceder à internet?	Manhã, Noite	0	0	0	2	3	3	1	9
	Manhã, Tarde	0	0	1	5	5	2	4	17
	Manhã, Tarde, Noite	0	1	3	9	12	17	13	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	0	0	1	2	3	0	6
	Noite	0	0	3	2	8	6	6	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	1	0	0	1
	Sempre Ligado	1	3	8	106	63	94	39	314
	Tarde	0	1	0	2	8	8	2	21
	Tarde, Noite	0	0	1	20	19	16	8	64
Total		1	5	16	147	123	150	74	516

Crosstab

		6- [Vimeo]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu alme nte	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	2	1	0	0	0	0	1	4
	Manhã, Noite	4	1	1	0	2	0	1	9
	Manhã, Tarde	4	5	3	0	0	1	4	17
	Manhã, Tarde, Noite	18	18	5	1	2	1	10	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	1	0	3	0	0	0	2	6
	Noite	10	7	3	0	2	2	1	25
	Noite, Sempre Ligado	1	0	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	84	124	40	4	18	10	34	314

	Tarde	8	12	0	0	0	0	1	21
	Tarde, Noite	14	33	2	1	1	3	10	64
Total		146	201	57	6	25	17	64	516

Crosstab

		6- [Spotify]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	3	0	0	0	0	0	4
	Manhã, Noite	1	3	0	1	1	2	1	9
	Manhã, Tarde	0	9	4	0	2	0	2	17
	Manhã, Tarde, Noite	11	17	5	2	9	3	8	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	1	2	0	1	1	1	6
	Noite	9	8	2	0	1	3	2	25
	Noite, Sempre Ligado	1	0	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	38	121	38	33	22	35	27	314
	Tarde	2	8	2	3	0	4	2	21
	Tarde, Noite	4	30	6	4	4	5	11	64
Total		67	200	59	43	40	53	54	516

Crosstab

		6- [E-mail (Correio Eletrónico)]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	0	0	2	0	2	0	4
	Manhã, Noite	0	0	7	0	2	0	9
	Manhã, Tarde	0	1	12	0	4	0	17
	Manhã, Tarde, Noite	0	0	34	6	15	0	55

	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	1	3	0	2	0	6
	Noite	0	0	19	1	5	0	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	1	0	1
	Sempre Ligado	1	3	223	23	57	7	314
	Tarde	1	0	11	2	7	0	21
	Tarde, Noite	0	2	32	6	22	2	64
Total		2	7	343	38	117	9	516

Crosstab

		6- [E-bay]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	3	0	0	0	0	0	4
	Manhã, Noite	1	4	0	0	1	1	2	9
	Manhã, Tarde	0	9	3	0	3	0	2	17
	Manhã, Tarde, Noite	7	28	7	1	3	1	8	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	3	1	1	1	0	0	6
	Noite	4	9	5	0	3	1	3	25
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	19	163	55	3	16	9	49	314
	Tarde	2	15	2	0	0	2	0	21
	Tarde, Noite	0	45	6	1	3	1	8	64
Total		34	280	79	6	30	15	72	516

Crosstab

		6- [Wish]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	2	2	0	0	0	0	0	4
	Manhã, Noite	2	4	1	1	0	0	1	9
	Manhã, Tarde	8	7	1	0	0	0	1	17
	Manhã, Tarde, Noite	28	23	1	0	1	0	2	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	3	2	0	0	0	1	0	6
	Noite	12	9	4	0	0	0	0	25
	Noite, Sempre Ligado	1	0	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	147	138	18	0	2	0	9	314
	Tarde	9	10	2	0	0	0	0	21
	Tarde, Noite	27	34	2	0	0	0	1	64
Total		239	229	29	1	3	1	14	516

Crosstab

		6- [OLX]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	2	0	0	0	0	1	4
	Manhã, Noite	0	4	2	0	2	1	0	9
	Manhã, Tarde	0	10	4	0	1	0	2	17
	Manhã, Tarde, Noite	6	26	11	1	2	0	9	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	1	4	1	0	0	0	0	6
	Noite	1	11	3	1	1	1	7	25

	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	1	0	0	1
	Sempre Ligado	12	148	85	4	11	4	50	314
	Tarde	1	10	6	0	2	0	2	21
	Tarde, Noite	0	34	17	0	4	1	8	64
Total		22	249	129	6	24	7	79	516

Crosstab

		6- [Fóruns de Discussão (ex: Reddit)]								
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	2	2	0	0	0	0	0	4	
	Manhã, Noite	3	5	1	0	0	0	0	9	
	Manhã, Tarde	2	9	3	0	0	0	3	17	
	Manhã, Tarde, Noite	13	25	10	1	1	0	5	55	
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	1	2	0	0	0	0	3	6	
	Noite	6	14	2	0	1	0	2	25	
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1	
	Sempre Ligado	48	151	47	4	14	11	39	314	
	Tarde	4	15	0	0	1	0	1	21	
	Tarde, Noite	11	39	4	1	4	2	3	64	
Total		90	263	67	6	21	13	56	516	

Crosstab

		6- [Google Académico]								
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total	
9- Em que	Manhã	0	1	2	0	0	1	0	4	

horario costuma aceder à internet?	Manhã, Noite	2	1	1	1	0	3	1	9
	Manhã, Tarde	1	1	1	3	5	2	4	17
	Manhã, Tarde, Noite	6	5	3	4	9	6	22	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	1	0	2	1	0	1	1	6
	Noite	5	2	0	3	7	2	6	25
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sempre Ligado	37	45	19	42	56	62	53	314
	Tarde	0	5	3	1	3	7	2	21
	Tarde, Noite	3	11	8	6	14	8	14	64
Total		55	72	39	61	94	92	103	516

Crosstab

		6- [Videoconferência (ex. Skype)]								
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanênci a/ sempre	Uso frequentem ente	Uso muito	Uso pontu alme nte		
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	2	0	0	1	0	0	4	
	Manhã, Noite	1	1	4	0	0	2	1	9	
	Manhã, Tarde	0	3	2	2	2	3	5	17	
	Manhã, Tarde, Noite	3	9	12	1	5	6	19	55	
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	1	0	1	1	0	3	6	
	Noite	1	5	4	1	5	1	8	25	
	Noite, Sempre Ligado	0	1	0	0	0	0	0	1	
	Sempre Ligado	8	72	55	24	45	39	71	314	

Tarde	0	10	4	1	0	2	4	21
Tarde, Noite	1	18	20	1	6	4	14	64
Total	15	122	101	31	65	57	125	516

Crosstab

		6- [Chat on-line (Chat do Facebook ou outro)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	1	0	2	0	1	0	0	4
	Manhã, Noite	0	1	0	1	3	3	1	9
	Manhã, Tarde	0	1	2	5	3	4	2	17
	Manhã, Tarde, Noite	2	7	5	13	8	11	9	55
	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	1	0	2	0	3	0	6
	Noite	1	2	1	3	9	5	4	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	1	0	0	1
	Sempre Ligado	3	27	22	126	44	68	24	314
	Tarde	0	5	0	3	3	6	4	21
	Tarde, Noite	0	6	2	13	7	22	14	64
Total		7	50	34	166	79	122	58	516

Crosstab

		6- [Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou outro)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
9- Em que horário costuma aceder à internet?	Manhã	0	0	2	1	0	1	0	4
	Manhã, Noite	0	0	3	1	1	1	2	9
	Manhã, Tarde	0	0	7	0	1	4	5	17
	Manhã, Tarde, Noite	1	4	18	5	5	2	11	55

	Manhã, Tarde, Noite, Sempre Ligado	0	0	2	0	0	0	4	0	6
	Noite	2	3	6	0	1	4	6	3	25
	Noite, Sempre Ligado	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	Sempre Ligado	8	8	86	25	66	41	50	30	314
	Tarde	0	2	13	0	1	1	2	2	21
	Tarde, Noite	3	2	31	8	4	5	7	4	64
Total		14	19	168	40	79	60	87	49	516

Crosstab

		6- [Google]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	0	1	88	6	32	2	129
	Entre três horas e seis horas	0	2	95	10	48	2	157
	Entre uma e três horas	0	0	37	7	26	1	71
	Mais de oito horas	1	2	120	4	28	0	155
	Menos de uma hora	0	0	1	0	3	0	4
Total		1	5	341	27	137	5	516

Crosstab

		6- [Wikipedia]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	

10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	7	24	6	33	24	35	129
	Entre três horas e seis horas	8	23	7	39	25	55	157
	Entre uma e três horas	2	15	3	16	8	27	71
	Mais de oito horas	6	29	16	43	31	30	155
	Menos de uma hora	0	1	0	0	0	3	4
Total		23	92	32	131	88	150	516

Crosstab

		6- [Academia.edu]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	51	13	20	2	14	5	24	129
	Entre três horas e seis horas	70	26	24	1	13	3	20	157
	Entre uma e três horas	34	11	13	0	2	6	5	71
	Mais de oito horas	76	22	26	6	6	4	15	155
	Menos de uma hora	2	1	0	0	0	0	1	4
Total		233	73	83	9	35	18	65	516

Crosstab

6- [ResearchGate]

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	57	13	18	3	15	7	16	129
	Entre três horas e seis horas	83	22	17	4	6	7	18	157
	Entre uma e três horas	39	10	9	1	4	2	6	71
	Mais de oito horas	85	16	20	5	17	6	6	155
	Menos de uma hora	3	1	0	0	0	0	0	4
Total		267	62	64	13	42	22	46	516

Crosstab

		6- [Facebook]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	0	7	3	60	25	24	10	129
	Entre três horas e seis horas	0	14	5	68	16	44	10	157
	Entre uma e três horas	1	7	5	18	16	20	4	71
	Mais de oito horas	1	5	6	87	19	28	9	155
	Menos de uma hora	0	0	0	1	3	0	0	4
Total		2	33	19	234	79	116	33	516

Crosstab

		6- [Twitter]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	2	88	15	3	6	1	14	129
	Entre três horas e seis horas	6	118	14	2	6	2	9	157
	Entre uma e três horas	4	52	6	0	4	0	5	71
	Mais de oito horas	7	99	21	8	4	4	12	155
	Menos de uma hora	0	4	0	0	0	0	0	4
Total		19	361	56	13	20	7	40	516

Crosstab

		6- [Tumblr]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	12	87	17	1	0	1	11	129
	Entre três horas e seis horas	14	109	16	4	3	1	10	157
	Entre uma e três horas	13	49	5	0	0	1	3	71
	Mais de oito horas	21	86	19	4	9	4	12	155
	Menos de uma hora	1	3	0	0	0	0	0	4
Total		61	334	57	9	12	7	36	516

Crosstab

		6- [Instagram]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	2	61	11	15	14	15	11	129
	Entre três horas e seis horas	2	72	9	29	20	14	11	157
	Entre uma e três horas	3	35	3	6	7	10	7	71
	Mais de oito horas	7	60	12	31	13	19	13	155
	Menos de uma hora	0	3	0	1	0	0	0	4
Total		14	231	35	82	54	58	42	516

Crosstab

		6- [Jogos Online]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	1	60	31	4	9	5	19	129
	Entre três horas e seis horas	7	77	40	1	11	8	13	157
	Entre uma e três horas	2	45	11	0	3	1	9	71
	Mais de oito horas	5	67	36	12	9	5	21	155

	Menos de uma hora	0	3	1	0	0	0	0	4
Total		15	252	119	17	32	19	62	516

Crosstab

		6- [Jogos Offline (Download)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	4	66	20	3	9	4	23	129
	Entre três horas e seis horas	11	72	31	2	10	6	25	157
	Entre uma e três horas	4	43	8	0	2	0	14	71
	Mais de oito horas	8	71	27	9	8	7	25	155
	Menos de uma hora	0	2	1	0	0	0	1	4
Total		27	254	87	14	29	17	88	516

Crosstab

		6- [Youtube]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	0	0	4	38	27	37	23	129
	Entre três horas e seis horas	1	2	5	39	43	46	21	157
	Entre uma e três horas	0	1	3	10	22	16	19	71

	Mais de oito horas	0	2	4	60	27	51	11	155
	Menos de uma hora	0	0	0	0	4	0	0	4
Total		1	5	16	147	123	150	74	516

Crosstab

		6- [Vimeo]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	28	56	13	0	4	7	21	129
	Entre três horas e seis horas	45	63	17	2	8	7	15	157
	Entre uma e três horas	30	26	3	0	4	1	7	71
	Mais de oito horas	40	55	24	4	9	2	21	155
	Menos de uma hora	3	1	0	0	0	0	0	4
Total		146	201	57	6	25	17	64	516

Crosstab

		6- [Spotify]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	12	54	15	10	10	16	12	129
	Entre três horas e seis horas	17	66	15	15	11	12	21	157

	Entre uma e três horas	16	30	5	4	5	6	5	71
	Mais de oito horas	21	48	24	14	13	19	16	155
	Menos de uma hora	1	2	0	0	1	0	0	4
Total		67	200	59	43	40	53	54	516

Crosstab

		6- [E-mail (Correio Eletrónico)]						Total
		Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	0	2	81	12	31	3	129
	Entre três horas e seis horas	0	3	103	12	37	2	157
	Entre uma e três horas	1	0	42	2	26	0	71
	Mais de oito horas	1	2	116	10	22	4	155
	Menos de uma hora	0	0	1	2	1	0	4
Total		2	7	343	38	117	9	516

Crosstab

		6- [E-bay]						Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	
10- Em média, quantas horas por dia está	Entre seis horas e oito horas	6	65	25	3	10	2	129

ligado à internet?	Entre três horas e seis horas	9	93	19	0	8	7	21	157
	Entre uma e três horas	8	43	8	0	5	1	6	71
	Mais de oito horas	11	75	27	3	7	5	27	155
	Menos de uma hora	0	4	0	0	0	0	0	4
Total		34	280	79	6	30	15	72	516

Crosstab

		6- [Wish]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	54	66	6	0	1	0	2	129
	Entre três horas e seis horas	71	69	11	1	1	1	3	157
	Entre uma e três horas	27	38	4	0	0	0	2	71
	Mais de oito horas	84	55	8	0	1	0	7	155
	Menos de uma hora	3	1	0	0	0	0	0	4
Total		239	229	29	1	3	1	14	516

Crosstab

		6- [OLX]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	

10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	4	58	36	2	7	1	21	129
	Entre três horas e seis horas	9	75	39	2	8	1	23	157
	Entre uma e três horas	3	35	17	0	5	1	10	71
	Mais de oito horas	6	78	37	2	3	4	25	155
	Menos de uma hora	0	3	0	0	1	0	0	4
Total		22	249	129	6	24	7	79	516

Crosstab

		6- [Fóruns de Discussão (ex: Reddit)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	19	69	17	2	9	2	11	129
	Entre três horas e seis horas	29	88	20	1	5	2	12	157
	Entre uma e três horas	18	39	5	0	3	0	6	71
	Mais de oito horas	24	63	25	3	4	9	27	155
	Menos de uma hora	0	4	0	0	0	0	0	4
Total		90	263	67	6	21	13	56	516

Crosstab

6- [Google Académico]

		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	11	12	9	20	29	22	26	129
	Entre três horas e seis horas	16	24	13	14	31	28	31	157
	Entre uma e três horas	9	14	7	7	11	8	15	71
	Mais de oito horas	19	21	10	20	21	33	31	155
	Menos de uma hora	0	1	0	0	2	1	0	4
Total		55	72	39	61	94	92	103	516

Crosstab

		6- [Videoconferência (ex. Skype)]								
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	Total	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	1	24	24	9	16	16	39	129	
	Entre três horas e seis horas	4	40	38	6	23	17	29	157	
	Entre uma e três horas	3	25	16	0	6	4	17	71	
	Mais de oito horas	7	31	22	16	20	20	39	155	
	Menos de uma hora	0	2	1	0	0	0	1	4	
Total		15	122	101	31	65	57	125	516	

Crosstab

		6- [Chat on-line (Chat do Facebook ou outro)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	0	12	10	42	21	30	14	129
	Entre três horas e seis horas	0	15	9	44	20	50	19	157
	Entre uma e três horas	4	11	6	7	20	13	10	71
	Mais de oito horas	3	12	9	72	17	29	13	155
	Menos de uma hora	0	0	0	1	1	0	2	4
Total		7	50	34	166	79	122	58	516

Crosstab

		6- [Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou outro)]							Total
		Não conheço	Não uso	Raramente uso	Uso em permanência/ sempre	Uso frequentemente	Uso muito	Uso pontualmente	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	3	5	39	15	21	14	18	129
	Entre três horas e seis horas	2	4	58	9	19	16	35	157
	Entre uma e três horas	2	5	32	6	1	9	8	71
	Mais de oito horas	7	5	37	9	38	20	26	155
	Menos de uma hora	0	0	2	1	0	1	0	4
Total		14	19	168	40	79	60	87	516

Resumo de processamento de casos

	Válidos		Casos Omissos		Total	
	N	Porcentagem	N	Porcentagem	N	Porcentagem
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet? * 13- Com que frequência sente dificuldades em gerir o seu tempo?	516	100,0%	0	0,0%	516	100,0%

Tabulação cruzada 10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet? * 13- Com que frequência sente dificuldades em gerir o seu tempo?

Contagem

		13- Com que frequência sente dificuldades em gerir o seu tempo?					Total
		Nunca	Por vezes	Quase sempre	Raramente	Sempre	
10- Em média, quantas horas por dia está ligado à internet?	Entre seis horas e oito horas	5	63	19	33	9	129
	Entre três horas e seis horas	2	85	21	44	5	157
	Entre uma e três horas	4	31	9	26	1	71
	Mais de oito horas	6	69	33	34	13	155
	Menos de uma hora	2	2	0	0	0	4
Total		19	250	82	137	28	516

Ativar o Window:

Anexo08 – Tabelas de Frequência e Gráficos (P.06, P.07 e P.08)

Anexo 08

6- [Google]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não uso	1	0,2	0,2	0,2
	Raramente uso	5	1,0	1,0	1,2
	Uso em permanência/ sempre	341	66,1	66,1	67,2
	Uso frequentemente	27	5,2	5,2	72,5
	Uso muito	137	26,6	26,6	99,0
	Uso pontualmente	5	1,0	1,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Wikipedia]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não uso	23	4,5	4,5	4,5
	Raramente uso	92	17,8	17,8	22,3
	Uso em permanência/ sempre	32	6,2	6,2	28,5
	Uso frequentemente	131	25,4	25,4	53,9
	Uso muito	88	17,1	17,1	70,9
	Uso pontualmente	150	29,1	29,1	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Academia.edu]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	233	45,2	45,2	45,2
	Não uso	73	14,1	14,1	59,3
	Raramente uso	83	16,1	16,1	75,4

	Uso em permanência/ sempre	9	1,7	1,7	77,1
	Uso frequentemente	35	6,8	6,8	83,9
	Uso muito	18	3,5	3,5	87,4
	Uso pontualmente	65	12,6	12,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [ResearchGate]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Não conheço	267	51,7	51,7	51,7
	Não uso	62	12,0	12,0	63,8
	Raramente uso	64	12,4	12,4	76,2
	Uso em permanência/ sempre	13	2,5	2,5	78,7
	Uso frequentemente	42	8,1	8,1	86,8
	Uso muito	22	4,3	4,3	91,1
	Uso pontualmente	46	8,9	8,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Facebook]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Não conheço	2	0,4	0,4	0,4
	Não uso	33	6,4	6,4	6,8
	Raramente uso	19	3,7	3,7	10,5
	Uso em permanência/ sempre	234	45,3	45,3	55,8
	Uso frequentemente	79	15,3	15,3	71,1
	Uso muito	116	22,5	22,5	93,6
	Uso pontualmente	33	6,4	6,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Twitter]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	19	3,7	3,7	3,7
	Não uso	361	70,0	70,0	73,6
	Raramente uso	56	10,9	10,9	84,5
	Uso em permanência/ sempre	13	2,5	2,5	87,0
	Uso frequentemente	20	3,9	3,9	90,9
	Uso muito	7	1,4	1,4	92,2
	Uso pontualmente	40	7,8	7,8	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Tumblr]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	61	11,8	11,8	11,8
	Não uso	334	64,7	64,7	76,6
	Raramente uso	57	11,0	11,0	87,6
	Uso em permanência/ sempre	9	1,7	1,7	89,3
	Uso frequentemente	12	2,3	2,3	91,7
	Uso muito	7	1,4	1,4	93,0
	Uso pontualmente	36	7,0	7,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Instagram]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	14	2,7	2,7	2,7
	Não uso	231	44,8	44,8	47,5
	Raramente uso	35	6,8	6,8	54,3

	Uso em permanência/ sempre	82	15,9	15,9	70,2
	Uso frequentemente	54	10,5	10,5	80,6
	Uso muito	58	11,2	11,2	91,9
	Uso pontualmente	42	8,1	8,1	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Jogos Online]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Não conheço	15	2,9	2,9	2,9
	Não uso	252	48,8	48,8	51,7
	Raramente uso	119	23,1	23,1	74,8
	Uso em permanência/ sempre	17	3,3	3,3	78,1
	Uso frequentemente	32	6,2	6,2	84,3
	Uso muito	19	3,7	3,7	88,0
	Uso pontualmente	62	12,0	12,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Jogos Offline (Download)]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Não conheço	27	5,2	5,2	5,2
	Não uso	254	49,2	49,2	54,5
	Raramente uso	87	16,9	16,9	71,3
	Uso em permanência/ sempre	14	2,7	2,7	74,0
	Uso frequentemente	29	5,6	5,6	79,7
	Uso muito	17	3,3	3,3	82,9
	Uso pontualmente	88	17,1	17,1	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Youtube]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	1	0,2	0,2	0,2
	Não uso	5	1,0	1,0	1,2
	Raramente uso	16	3,1	3,1	4,3
	Uso em permanência/ sempre	147	28,5	28,5	32,8
	Uso frequentemente	123	23,8	23,8	56,6
	Uso muito	150	29,1	29,1	85,7
	Uso pontualmente	74	14,3	14,3	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Vimeo]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	146	28,3	28,3	28,3
	Não uso	201	39,0	39,0	67,2
	Raramente uso	57	11,0	11,0	78,3
	Uso em permanência/ sempre	6	1,2	1,2	79,5
	Uso frequentemente	25	4,8	4,8	84,3
	Uso muito	17	3,3	3,3	87,6
	Uso pontualmente	64	12,4	12,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Spotify]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	67	13,0	13,0	13,0
	Não uso	200	38,8	38,8	51,7
	Raramente uso	59	11,4	11,4	63,2

	Uso em permanência/ sempre	43	8,3	8,3	71,5
	Uso frequentemente	40	7,8	7,8	79,3
	Uso muito	53	10,3	10,3	89,5
	Uso pontualmente	54	10,5	10,5	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [E-mail (Correio Eletrónico)]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Não uso	2	0,4	0,4	0,4
	Raramente uso	7	1,4	1,4	1,7
	Uso em permanência/ sempre	343	66,5	66,5	68,2
	Uso frequentemente	38	7,4	7,4	75,6
	Uso muito	117	22,7	22,7	98,3
	Uso pontualmente	9	1,7	1,7	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [E-bay]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Não conheço	34	6,6	6,6	6,6
	Não uso	280	54,3	54,3	60,9
	Raramente uso	79	15,3	15,3	76,2
	Uso em permanência/ sempre	6	1,2	1,2	77,3
	Uso frequentemente	30	5,8	5,8	83,1
	Uso muito	15	2,9	2,9	86,0
	Uso pontualmente	72	14,0	14,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Wish]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	239	46,3	46,3	46,3
	Não uso	229	44,4	44,4	90,7
	Raramente uso	29	5,6	5,6	96,3
	Uso em permanência/ sempre	1	0,2	0,2	96,5
	Uso frequentemente	3	0,6	0,6	97,1
	Uso muito	1	0,2	0,2	97,3
	Uso pontualmente	14	2,7	2,7	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [OLX]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	22	4,3	4,3	4,3
	Não uso	249	48,3	48,3	52,5
	Raramente uso	129	25,0	25,0	77,5
	Uso em permanência/ sempre	6	1,2	1,2	78,7
	Uso frequentemente	24	4,7	4,7	83,3
	Uso muito	7	1,4	1,4	84,7
	Uso pontualmente	79	15,3	15,3	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Fóruns de Discussão (ex: Reddit)]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	90	17,4	17,4	17,4
	Não uso	263	51,0	51,0	68,4
	Raramente uso	67	13,0	13,0	81,4
	Uso em permanência/ sempre	6	1,2	1,2	82,6

	Uso frequentem ente	21	4,1	4,1	86,6
	Uso muito	13	2,5	2,5	89,1
	Uso pontualmen te	56	10,9	10,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Google Académico]

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Não conheço	55	10,7	10,7	10,7
	Não uso	72	14,0	14,0	24,6
	Raramente uso	39	7,6	7,6	32,2
	Uso em permanência/ sempre	61	11,8	11,8	44,0
	Uso frequentem ente	94	18,2	18,2	62,2
	Uso muito	92	17,8	17,8	80,0
	Uso pontualmen te	103	20,0	20,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Videoconferência (ex. Skype)]

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Não conheço	15	2,9	2,9	2,9
	Não uso	122	23,6	23,6	26,6
	Raramente uso	101	19,6	19,6	46,1
	Uso em permanência/ sempre	31	6,0	6,0	52,1
	Uso frequentem ente	65	12,6	12,6	64,7
	Uso muito	57	11,0	11,0	75,8
	Uso pontualmen te	125	24,2	24,2	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

6- [Chat on-line (Chat do Facebook ou outro)]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	7	1,4	1,4	1,4
	Não uso	50	9,7	9,7	11,0
	Raramente uso	34	6,6	6,6	17,6
	Uso em permanência/ sempre	166	32,2	32,2	49,8
	Uso frequentemente	79	15,3	15,3	65,1
	Uso muito	122	23,6	23,6	88,8
	Uso pontualmente	58	11,2	11,2	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

7- [Computador Fixo (secretária)]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não tenho este tipo de dispositivo	229	44,4	44,4	44,4
	Não uso	75	14,5	14,5	58,9
	Raramente uso	66	12,8	12,8	71,7
	Uso em permanência/ sempre	42	8,1	8,1	79,8
	Uso frequentemente	27	5,2	5,2	85,1
	Uso muito	24	4,7	4,7	89,7
	Uso pontualmente	53	10,3	10,3	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

7- [Computador Portátil]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não tenho este tipo de dispositivo	5	1,0	1,0	1,0

Não uso	4	0,8	0,8	1,7
Raramente uso	6	1,2	1,2	2,9
Uso em permanência/ sempre	316	61,2	61,2	64,1
Uso frequentemente	44	8,5	8,5	72,7
Uso muito	127	24,6	24,6	97,3
Uso pontualmente	14	2,7	2,7	100,0
Total	516	100,0	100,0	

7- [Smartphone]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Não tenho este tipo de dispositivo	36	7,0	7,0	7,0
	Não uso	22	4,3	4,3	11,2
	Raramente uso	14	2,7	2,7	14,0
	Uso em permanência/ sempre	264	51,2	51,2	65,1
	Uso frequentemente	58	11,2	11,2	76,4
	Uso muito	93	18,0	18,0	94,4
	Uso pontualmente	29	5,6	5,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

7- [Tablet]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Não tenho este tipo de dispositivo	177	34,3	34,3	34,3
	Não uso	66	12,8	12,8	47,1
	Raramente uso	45	8,7	8,7	55,8
	Uso em permanência/ sempre	65	12,6	12,6	68,4

Uso frequentem ente	43	8,3	8,3	76,7
Uso muito	61	11,8	11,8	88,6
Uso pontualmen te	59	11,4	11,4	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Google]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	43	8,3	8,3	8,3
	Académica e Pessoal	278	53,9	53,9	62,2
	Não conheço este serviço	1	0,2	0,2	62,4
	Não utilizo este serviço	1	0,2	0,2	62,6
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	63,0
	Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	18	3,5	3,5	66,5
	Pessoal e Social	22	4,3	4,3	70,7
	Social (ex: conviver e interagir online)	2	0,4	0,4	71,1
	Social e Académica	29	5,6	5,6	76,7
	Todas as finalidades acima mencionadas	108	20,9	20,9	97,7
	Uso para mais que uma finalidade	12	2,3	2,3	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

8- [Wikipedia]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	130	25,2	25,2	25,2
	Académica e Pessoal	217	42,1	42,1	67,2
	Não conheço este serviço	1	0,2	0,2	67,4
	Não utilizo este serviço	37	7,2	7,2	74,6
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	75,0
	Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	39	7,6	7,6	82,6
	Pessoal e Social	13	2,5	2,5	85,1
	Social (ex: conviver e interagir online)	4	0,8	0,8	85,9
	Social e Académica	26	5,0	5,0	90,9
	Todas as finalidades acima mencionadas	39	7,6	7,6	98,4
	Uso para mais que uma finalidade	8	1,6	1,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

8- [Academia.edu]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa

Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	122	23,6	23,6	23,6
	Académica e Pessoal	31	6,0	6,0	29,7
	Não conheço este serviço	220	42,6	42,6	72,3
	Não utilizo este serviço	118	22,9	22,9	95,2
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	1	0,2	0,2	95,3
	Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	1	0,2	0,2	95,5
	Pessoal e Social	2	0,4	0,4	95,9
	Social (ex: conviver e interagir online)	1	0,2	0,2	96,1
	Social e Académica	15	2,9	2,9	99,0
	Todas as finalidades acima mencionadas	4	0,8	0,8	99,8
	Uso para mais que uma finalidade	1	0,2	0,2	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

8- [ResearchGate]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	108	20,9	20,9	20,9
	Académica e Pessoal	22	4,3	4,3	25,2

Não conheço este serviço	250	48,4	48,4	73,6
Não utilizo este serviço	109	21,1	21,1	94,8
Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	3	0,6	0,6	95,3
Pessoal e Social	2	0,4	0,4	95,7
Social (ex: conviver e interagir online)	1	0,2	0,2	95,9
Social e Académica	14	2,7	2,7	98,6
Todas as finalidades acima mencionadas	5	1,0	1,0	99,6
Uso para mais que uma finalidade	2	0,4	0,4	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Facebook]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	1	0,2	0,2	0,2
	Académica e Pessoal	47	9,1	9,1	9,3
	Não conheço este serviço	5	1,0	1,0	10,3
	Não uso para nenhuma das finalidades acima	1	0,2	0,2	10,5
	Não utilizo este serviço	32	6,2	6,2	16,7

Nenhuma das finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	17,1
Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	27	5,2	5,2	22,3
Pessoal e Social	168	32,6	32,6	54,8
Social (ex: conviver e interagir online)	73	14,1	14,1	69,0
Social e Académica	76	14,7	14,7	83,7
Todas as finalidades acima mencionadas	77	14,9	14,9	98,6
Uso para mais que uma finalidade	7	1,4	1,4	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Twitter]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	5	1,0	1,0	1,0
	Académica e Pessoal	2	0,4	0,4	1,4
	Não conheço este serviço	27	5,2	5,2	6,6
	Não utilizo este serviço	360	69,8	69,8	76,4
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	76,7

Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	22	4,3	4,3	81,0
Pessoal e Social	54	10,5	10,5	91,5
Social (ex: conviver e interagir online)	34	6,6	6,6	98,1
Social e Académica	3	0,6	0,6	98,6
Todas as finalidades acima mencionadas	7	1,4	1,4	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Tumblr]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	3	0,6	0,6	0,6
	Académica e Pessoal	2	0,4	0,4	1,0
	Não conheço este serviço	65	12,6	12,6	13,6
	Não utilizo este serviço	328	63,6	63,6	77,1
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	3	0,6	0,6	77,7
	Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	52	10,1	10,1	87,8
	Pessoal e Social	43	8,3	8,3	96,1
	Social (ex: conviver e interagir online)	17	3,3	3,3	99,4

Social e Académica	2	0,4	0,4	99,8
Todas as finalidades acima mencionadas	1	0,2	0,2	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Instagram]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	1	0,2	0,2	0,2
	Académica e Pessoal	3	0,6	0,6	0,8
	Não conheço este serviço	21	4,1	4,1	4,8
	Não utilizo este serviço	225	43,6	43,6	48,4
	Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	59	11,4	11,4	59,9
	Pessoal e Social	121	23,4	23,4	83,3
	Social (ex: conviver e interagir online)	66	12,8	12,8	96,1
	Social e Académica	9	1,7	1,7	97,9
	Todas as finalidades acima mencionadas	10	1,9	1,9	99,8
	Uso para mais que uma finalidade	1	0,2	0,2	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

8- [Jogos Online]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
--	--	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	4	0,8	0,8	0,8
	Académica e Pessoal	1	0,2	0,2	1,0
	Não conheço este serviço	23	4,5	4,5	5,4
	Não utilizo este serviço	281	54,5	54,5	59,9
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	1	0,2	0,2	60,1
	Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	121	23,4	23,4	83,5
	Pessoal e Social	45	8,7	8,7	92,2
	Social (ex: conviver e interagir online)	33	6,4	6,4	98,6
	Social e Académica	2	0,4	0,4	99,0
	Todas as finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	99,4
	Uso para mais que uma finalidade	3	0,6	0,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

8- [Jogos Offline (Download)]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	3	0,6	0,6	0,6
	Académica e Pessoal	2	0,4	0,4	1,0

Não conheço este serviço	29	5,6	5,6	6,6
Não utilizo este serviço	276	53,5	53,5	60,1
Nenhuma das finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	60,5
Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	144	27,9	27,9	88,4
Pessoal e Social	36	7,0	7,0	95,3
Social (ex: conviver e interagir online)	20	3,9	3,9	99,2
Social e Académica	1	0,2	0,2	99,4
Todas as finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	99,8
Uso para mais que uma finalidade	1	0,2	0,2	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Youtube]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	10	1,9	1,9	1,9
	Académica e Pessoal	116	22,5	22,5	24,4
	Não conheço este serviço	2	0,4	0,4	24,8
	Não uso para nenhuma das finalidades acima	1	0,2	0,2	25,0

Não utilizo este serviço	3	0,6	0,6	25,6
Nenhuma das finalidades acima mencionadas	7	1,4	1,4	26,9
Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	192	37,2	37,2	64,1
Pessoal e Social	87	16,9	16,9	81,0
Social (ex: conviver e interagir online)	11	2,1	2,1	83,1
Social e Académica	35	6,8	6,8	89,9
Todas as finalidades acima mencionadas	44	8,5	8,5	98,4
Uso para mais que uma finalidade	8	1,6	1,6	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Vimeo]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	5	1,0	1,0	1,0
	Académica e Pessoal	24	4,7	4,7	5,6
	Não conheço este serviço	128	24,8	24,8	30,4
	Não utilizo este serviço	247	47,9	47,9	78,3
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	1	0,2	0,2	78,5

Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	61	11,8	11,8	90,3
Pessoal e Social	20	3,9	3,9	94,2
Social (ex: conviver e interagir online)	7	1,4	1,4	95,5
Social e Académica	8	1,6	1,6	97,1
Todas as finalidades acima mencionadas	13	2,5	2,5	99,6
Uso para mais que uma finalidade	2	0,4	0,4	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Spotify]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	2	0,4	0,4	0,4
	Académica e Pessoal	7	1,4	1,4	1,7
	Não conheço este serviço	60	11,6	11,6	13,4
	Não uso para nenhuma das finalidades acima	2	0,4	0,4	13,8
	Não utilizo este serviço	218	42,2	42,2	56,0
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	1	0,2	0,2	56,2

Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	165	32,0	32,0	88,2
Pessoal e Social	45	8,7	8,7	96,9
Social (ex: conviver e interagir online)	10	1,9	1,9	98,8
Social e Académica	3	0,6	0,6	99,4
Todas as finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	99,8
Uso para mais que uma finalidade	1	0,2	0,2	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [E-mail (Correio Eletrónico)]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	20	3,9	3,9	3,9
	Académica e Pessoal	242	46,9	46,9	50,8
	Não conheço este serviço	1	0,2	0,2	51,0
	Não uso para nenhuma das finalidades acima	1	0,2	0,2	51,2
	Não utilizo este serviço	1	0,2	0,2	51,4
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	4	0,8	0,8	52,1

Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	16	3,1	3,1	55,2
Pessoal e Social	38	7,4	7,4	62,6
Social (ex: conviver e interagir online)	7	1,4	1,4	64,0
Social e Académica	66	12,8	12,8	76,7
Todas as finalidades acima mencionadas	109	21,1	21,1	97,9
Uso para mais que uma finalidade	11	2,1	2,1	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [E-bay]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	3	0,6	0,6	0,6
	Académica e Pessoal	9	1,7	1,7	2,3
	Não conheço este serviço	40	7,8	7,8	10,1
	Não uso para nenhuma das finalidades acima	1	0,2	0,2	10,3
	Não utilizo este serviço	304	58,9	58,9	69,2
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	69,6

Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	131	25,4	25,4	95,0
Pessoal e Social	16	3,1	3,1	98,1
Social (ex: conviver e interagir online)	5	1,0	1,0	99,0
Social e Académica	3	0,6	0,6	99,6
Todas as finalidades acima mencionadas	1	0,2	0,2	99,8
Uso para mais que uma finalidade	1	0,2	0,2	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Wish]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	2	0,4	0,4	0,4
	Académica e Pessoal	2	0,4	0,4	0,8
	Não conheço este serviço	202	39,1	39,1	39,9
	Não utilizo este serviço	276	53,5	53,5	93,4
	Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	24	4,7	4,7	98,1
	Pessoal e Social	7	1,4	1,4	99,4
	Social (ex: conviver e interagir online)	3	0,6	0,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

8- [OLX]

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Acadêmica (ex: pesquisa acadêmica)	4	0,8	0,8	0,8
	Acadêmica e Pessoal	12	2,3	2,3	3,1
	Não conheço este serviço	25	4,8	4,8	7,9
	Não uso para nenhuma das finalidades acima	1	0,2	0,2	8,1
	Não utilizo este serviço	261	50,6	50,6	58,7
	Nenhuma das finalidades acima mencionadas	5	1,0	1,0	59,7
	Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	163	31,6	31,6	91,3
	Pessoal e Social	25	4,8	4,8	96,1
	Social (ex: conviver e interagir online)	10	1,9	1,9	98,1
	Social e Acadêmica	5	1,0	1,0	99,0
	Todas as finalidades acima mencionadas	3	0,6	0,6	99,6
	Uso para mais que uma finalidade	2	0,4	0,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

8- [Fóruns de Discussão (ex:Reddit)]

	Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
--	------------	------------------	-------------------------	-----------------------------

Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	17	3,3	3,3	3,3
	Académica e Pessoal	33	6,4	6,4	9,7
	Não conheço este serviço	67	13,0	13,0	22,7
	Não utilizo este serviço	297	57,6	57,6	80,2
	Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	34	6,6	6,6	86,8
	Pessoal e Social	17	3,3	3,3	90,1
	Social (ex: conviver e interagir online)	13	2,5	2,5	92,6
	Social e Académica	18	3,5	3,5	96,1
	Todas as finalidades acima mencionadas	17	3,3	3,3	99,4
	Uso para mais que uma finalidade	3	0,6	0,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

8- [Videoconferência (ex. Skype)]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	10	1,9	1,9	1,9
	Académica e Pessoal	71	13,8	13,8	15,7
	Não conheço este serviço	18	3,5	3,5	19,2

Não uso para nenhuma das finalidades acima	1	0,2	0,2	19,4
Não utilizo este serviço	120	23,3	23,3	42,6
Nenhuma das finalidades acima mencionadas	1	0,2	0,2	42,8
Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	63	12,2	12,2	55,0
Pessoal e Social	70	13,6	13,6	68,6
Social (ex: conviver e interagir online)	70	13,6	13,6	82,2
Social e Académica	43	8,3	8,3	90,5
Todas as finalidades acima mencionadas	43	8,3	8,3	98,8
Uso para mais que uma finalidade	6	1,2	1,2	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Chat (Chat do Facebook ou outro)]

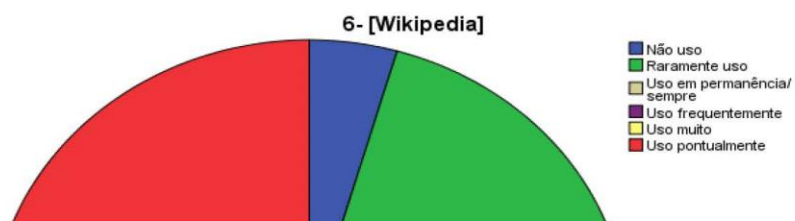
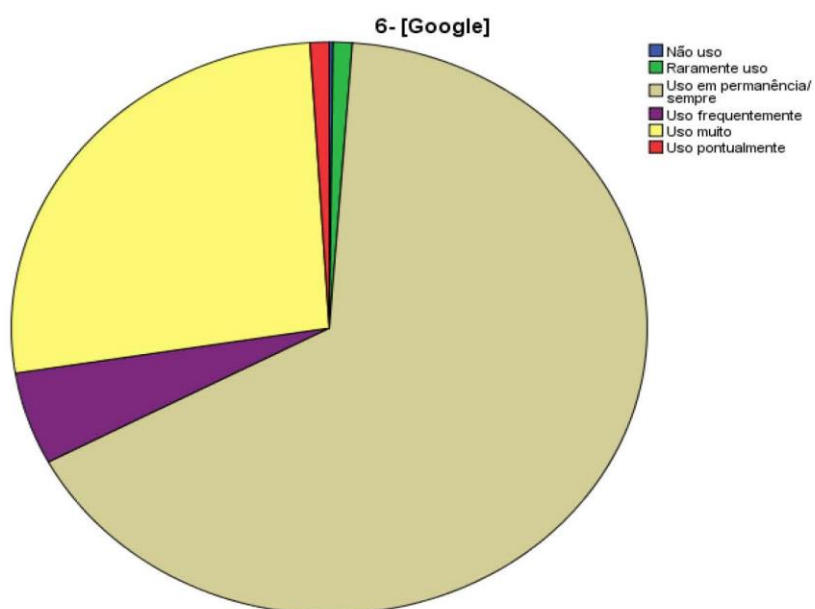
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Académica (ex: pesquisa académica)	8	1,6	1,6	1,6
	Académica e Pessoal	87	16,9	16,9	18,4
	Não conheço este serviço	12	2,3	2,3	20,7
	Não utilizo este serviço	47	9,1	9,1	29,8

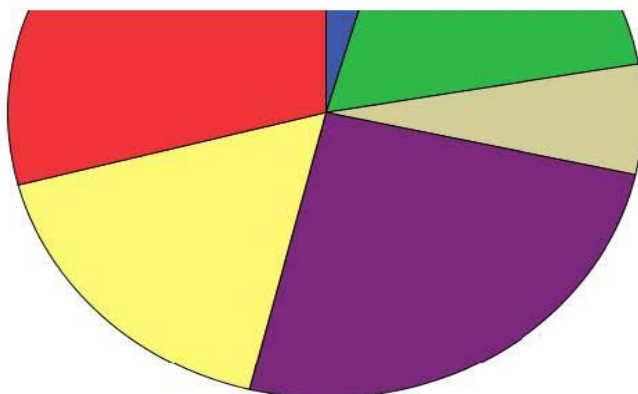
Nenhuma das finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	30,2
Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	41	7,9	7,9	38,2
Pessoal e Social	102	19,8	19,8	57,9
Social (ex: conviver e interagir online)	75	14,5	14,5	72,5
Social e Académica	62	12,0	12,0	84,5
Todas as finalidades acima mencionadas	70	13,6	13,6	98,1
Uso para mais que uma finalidade	10	1,9	1,9	100,0
Total	516	100,0	100,0	

8- [Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou

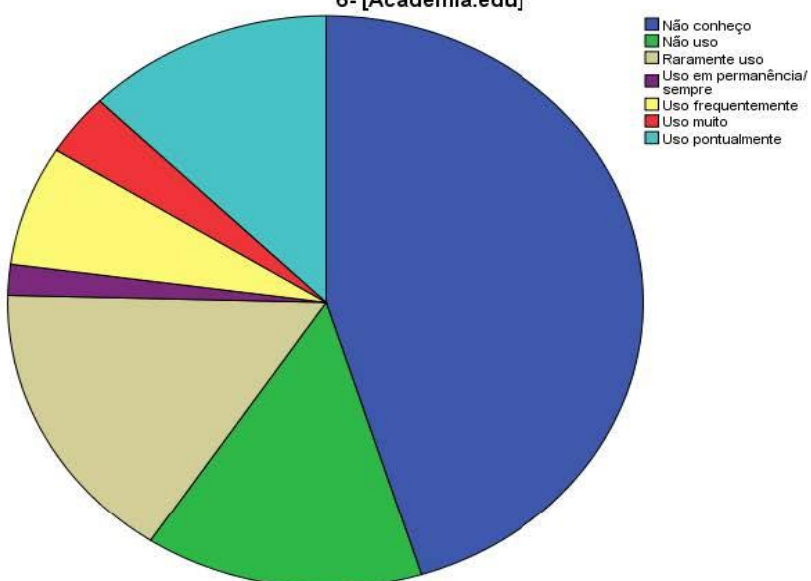
	Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
		m	m válida	m cumulativa
Válido	14	2,7	2,7	2,7
Académica (ex: pesquisa académica)	1	0,2	0,2	2,9
Académica e Pessoal	37	7,2	7,2	10,1
Não conheço este serviço	29	5,6	5,6	15,7
Não utilizo este serviço	174	33,7	33,7	49,4
Nenhuma das finalidades acima mencionadas	2	0,4	0,4	49,8

Pessoal (ex: gostos ou interesses pessoais)	48	9,3	9,3	59,1
Pessoal e Social	95	18,4	18,4	77,5
Social (ex: conviver e interagir online)	62	12,0	12,0	89,5
Social e Académica	19	3,7	3,7	93,2
Todas as finalidades acima mencionadas	35	6,8	6,8	100,0
Total	516	100,0	100,0	

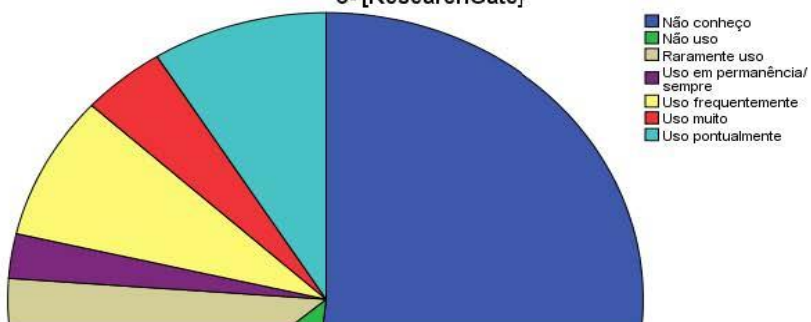


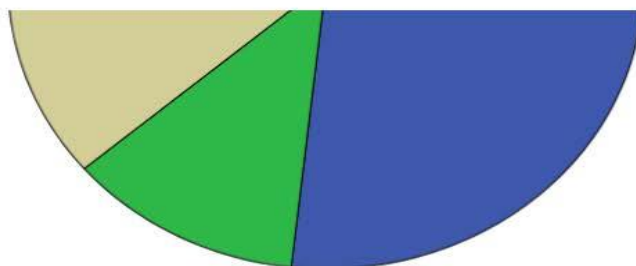


6- [Academia.edu]

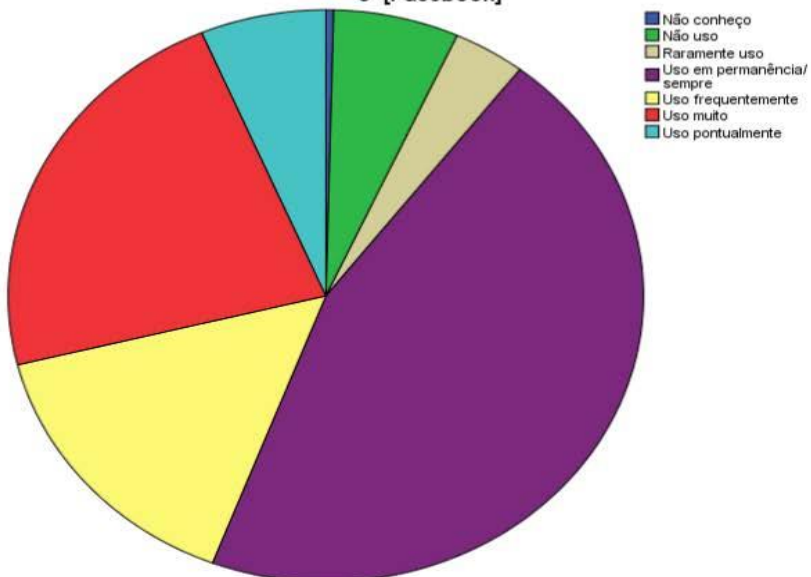


6- [ResearchGate]

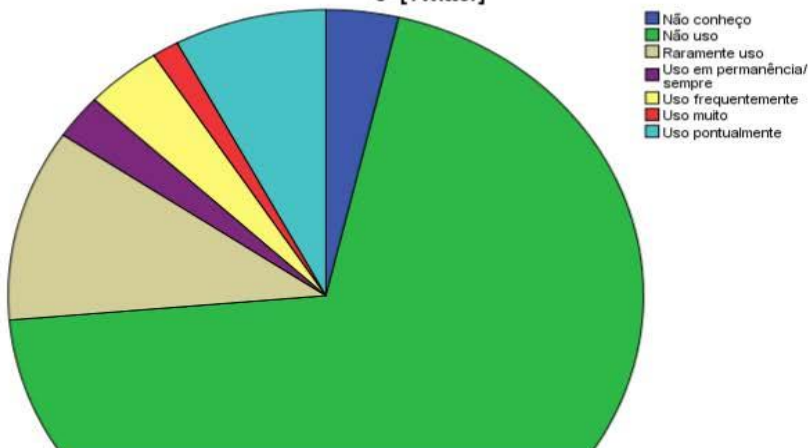


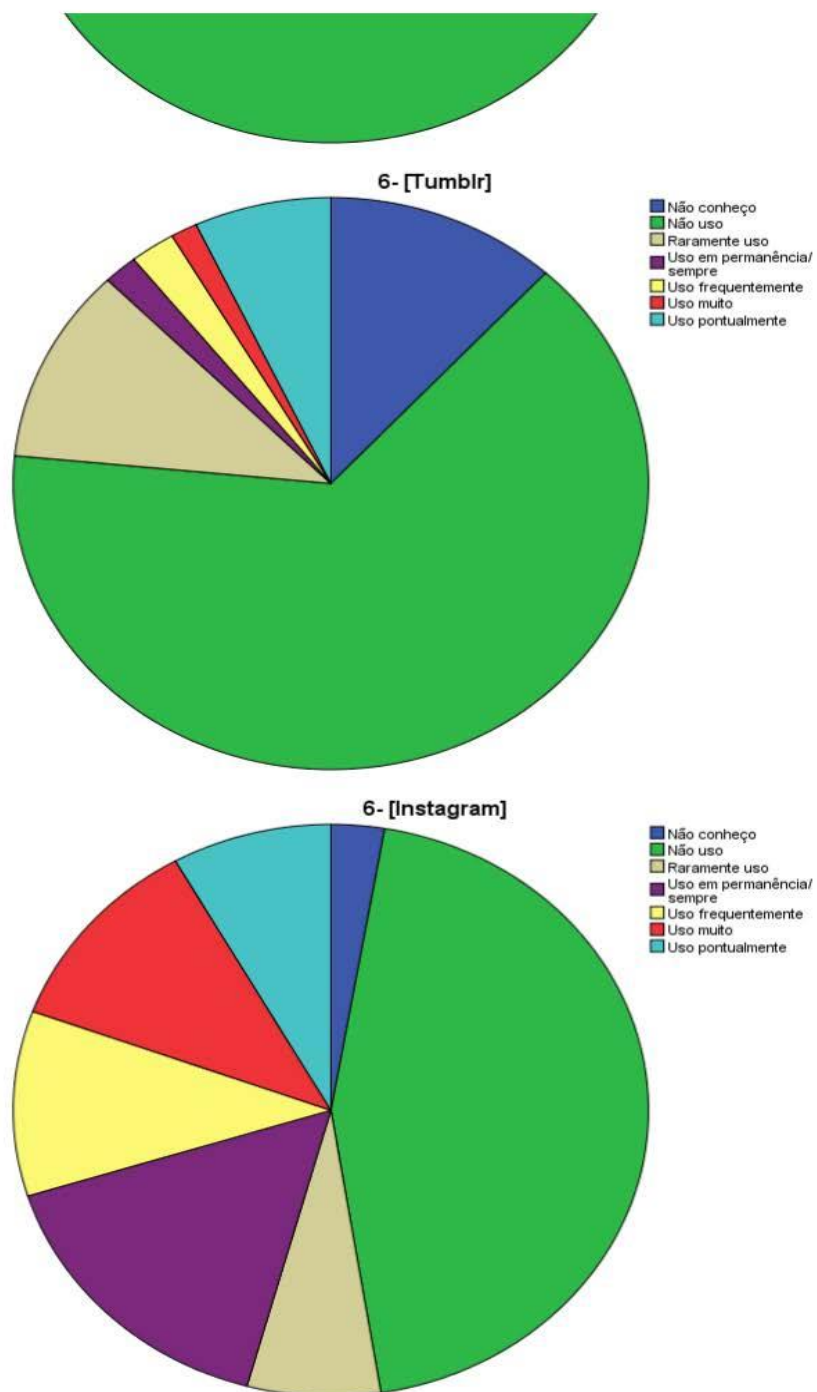


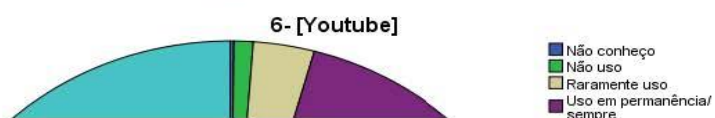
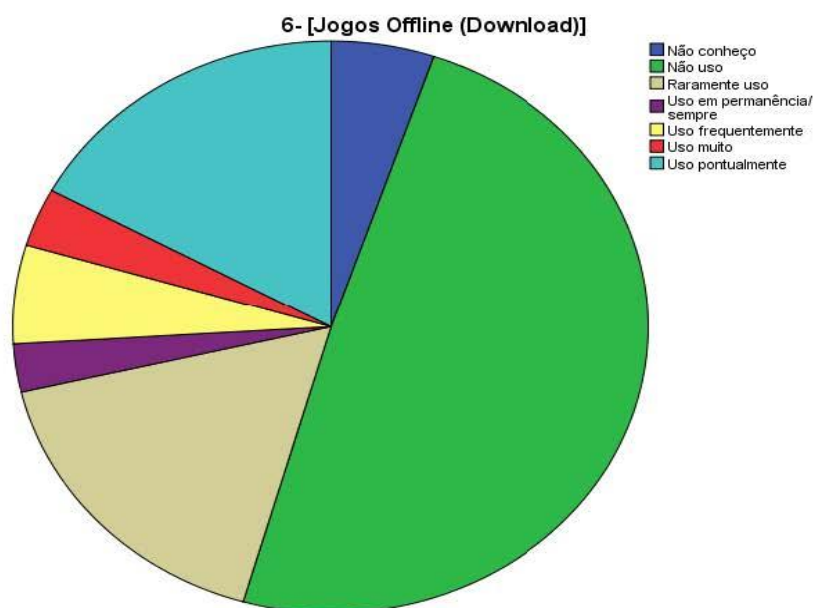
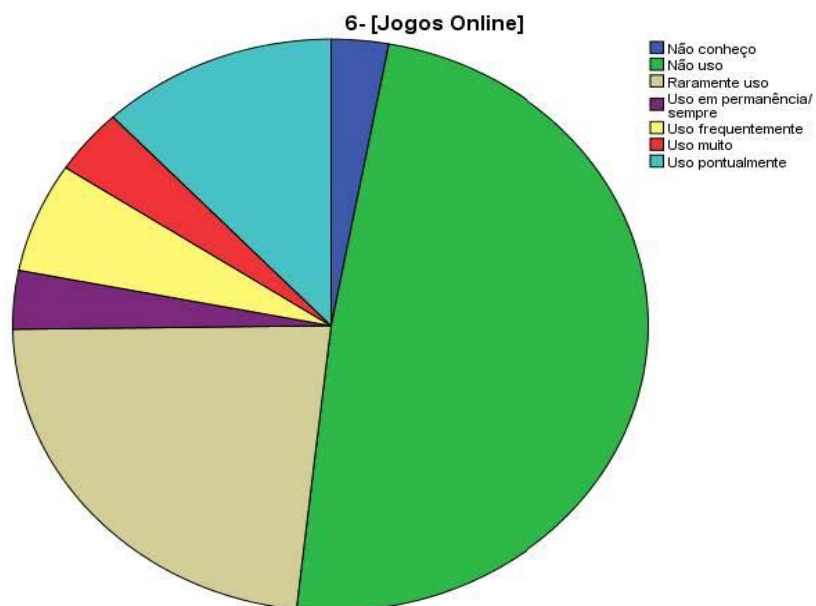
6- [Facebook]

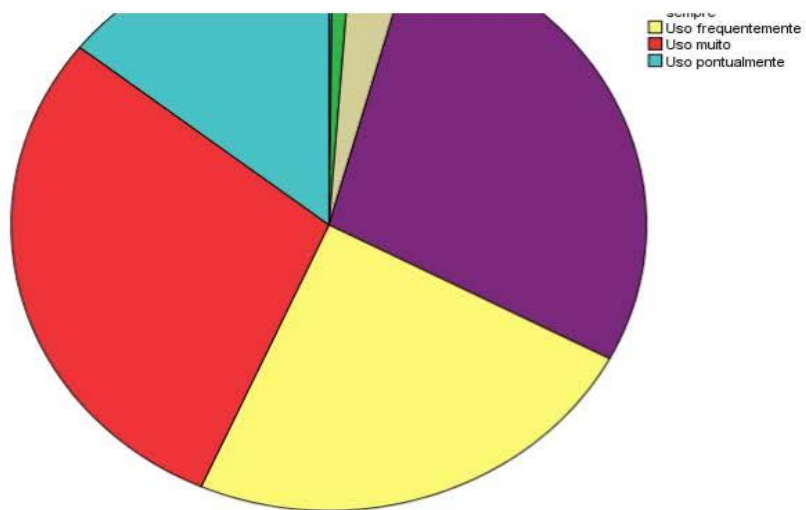


6- [Twitter]

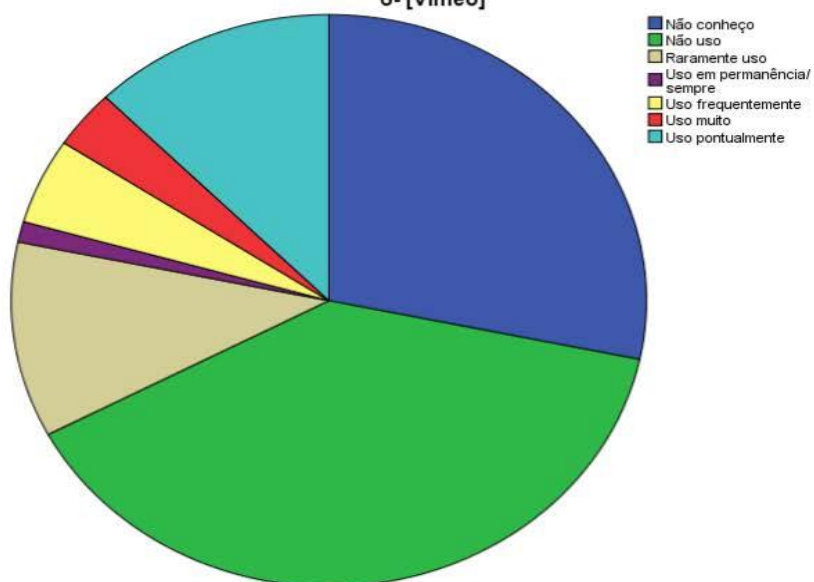




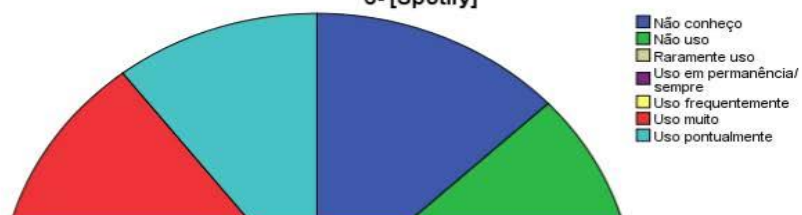


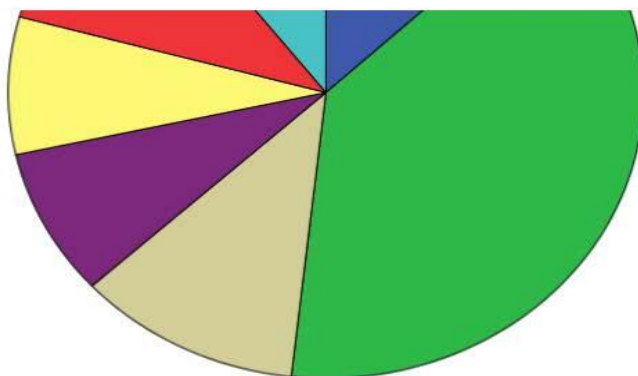


6- [Vimeo]

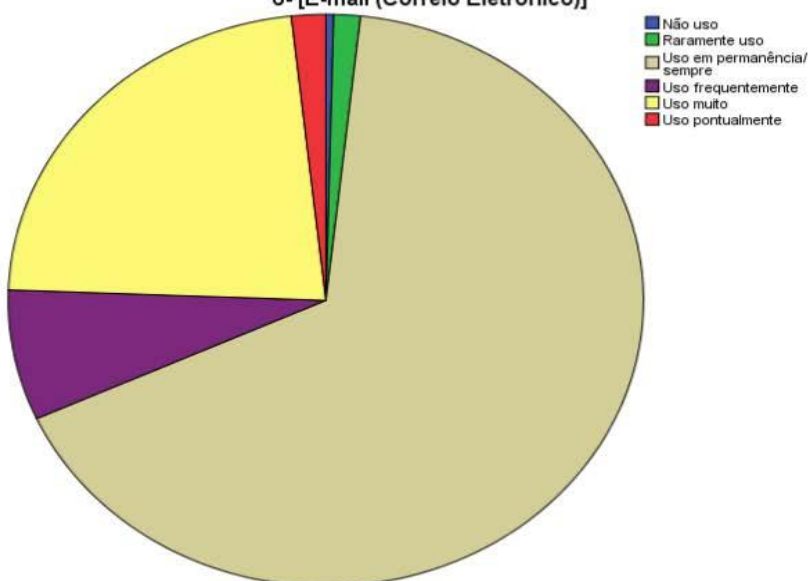


6- [Spotify]

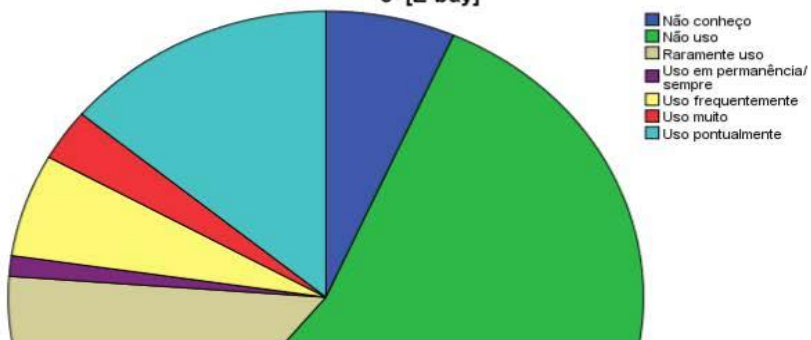


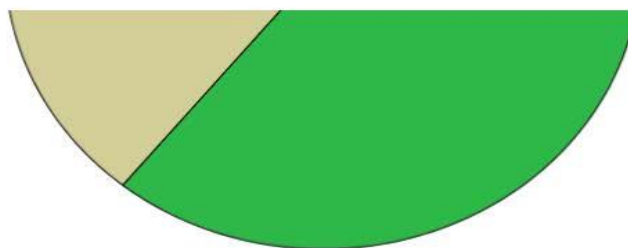


6- [E-mail (Correio Eletrónico)]

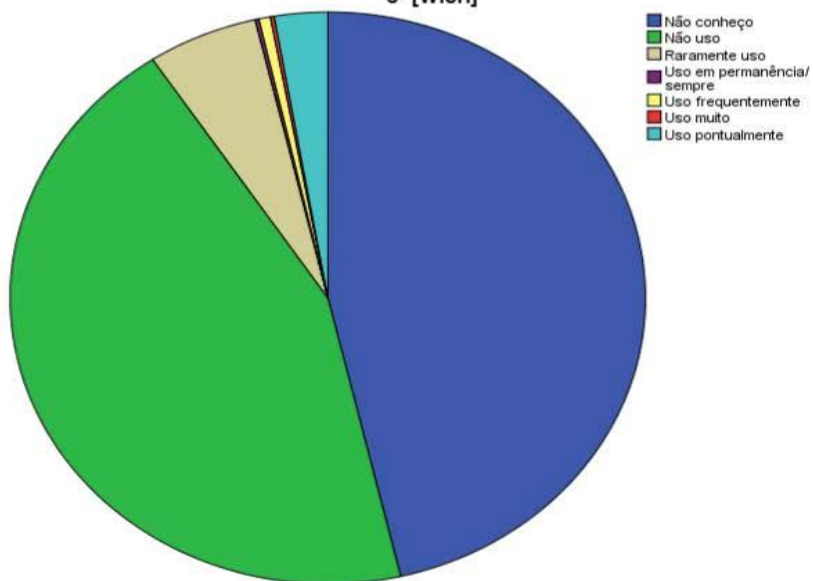


6- [E-bay]

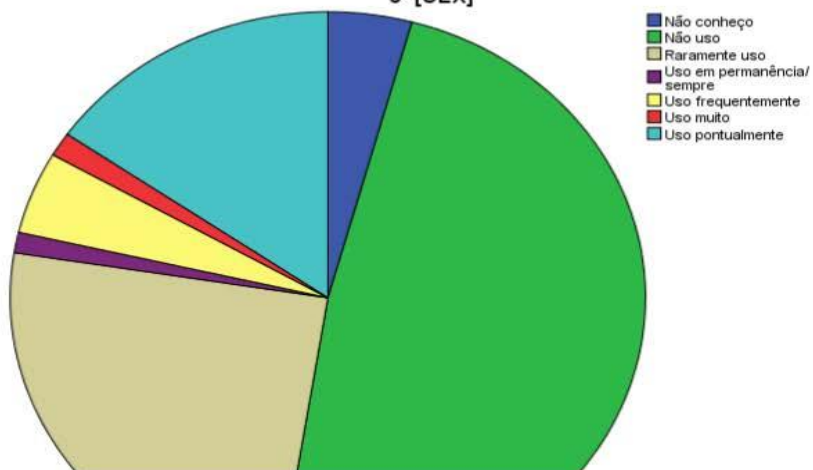


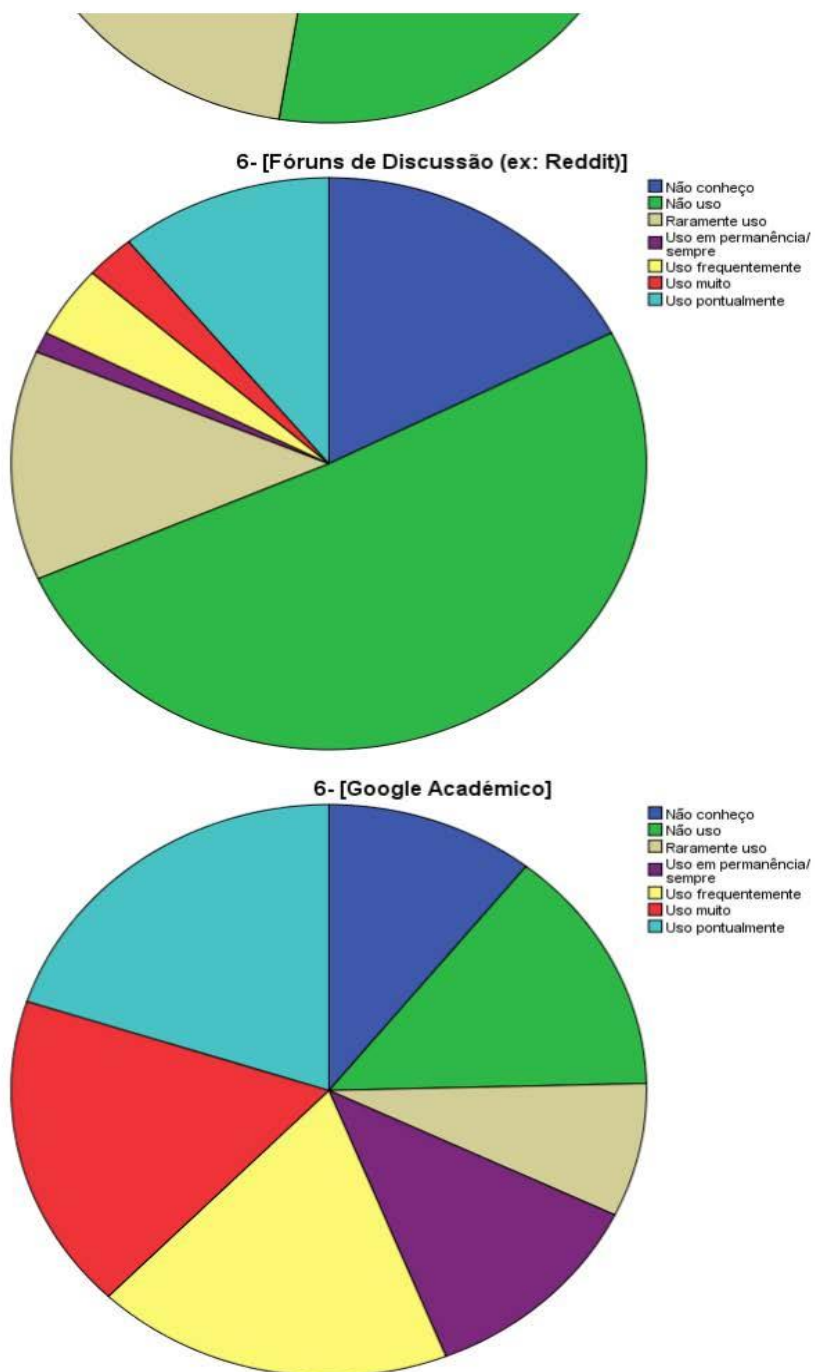


6- [Wish]

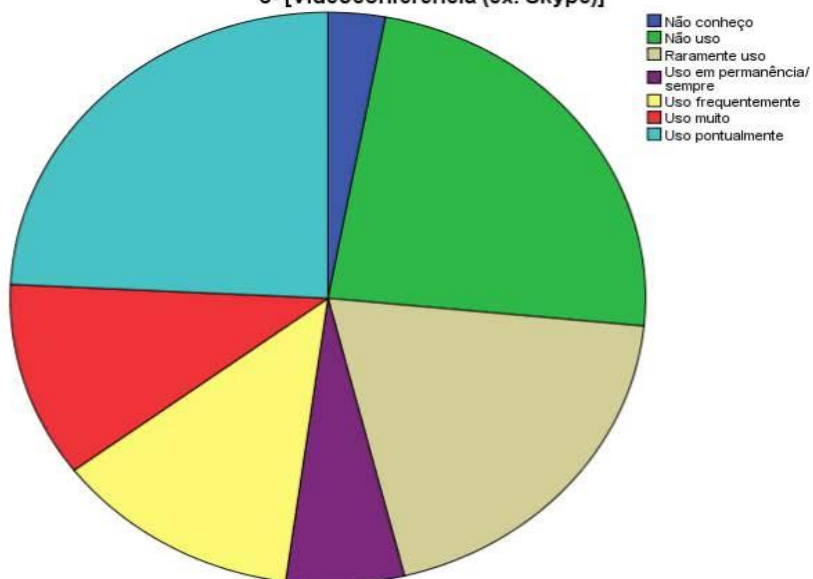


6- [OLX]

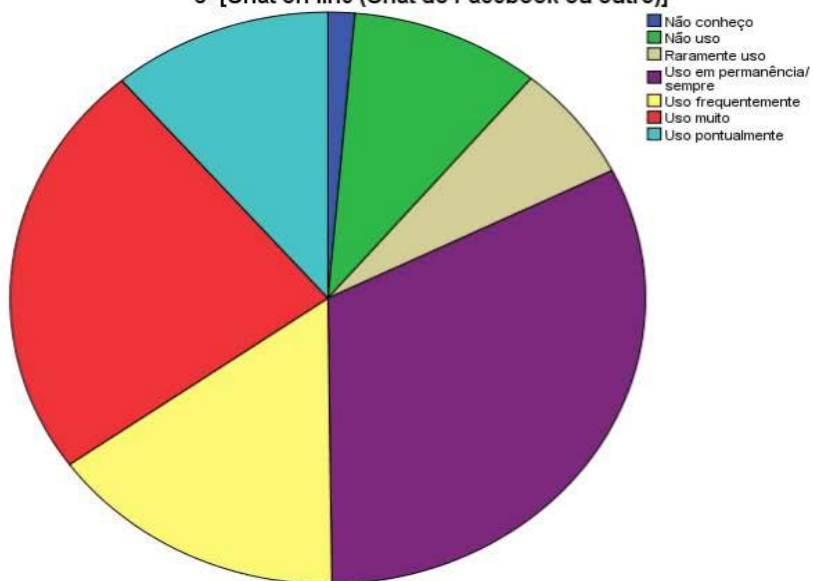




6- [Videoconferência (ex. Skype)]

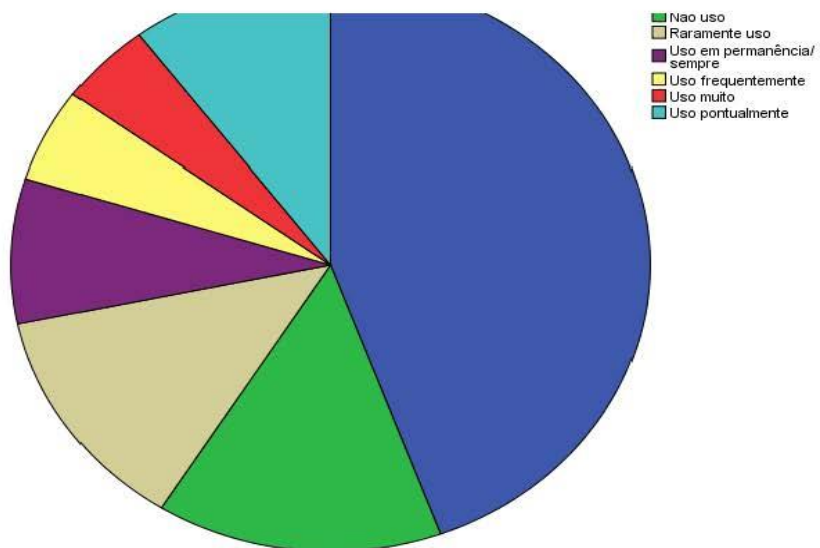


6- [Chat on-line (Chat do Facebook ou outro)]

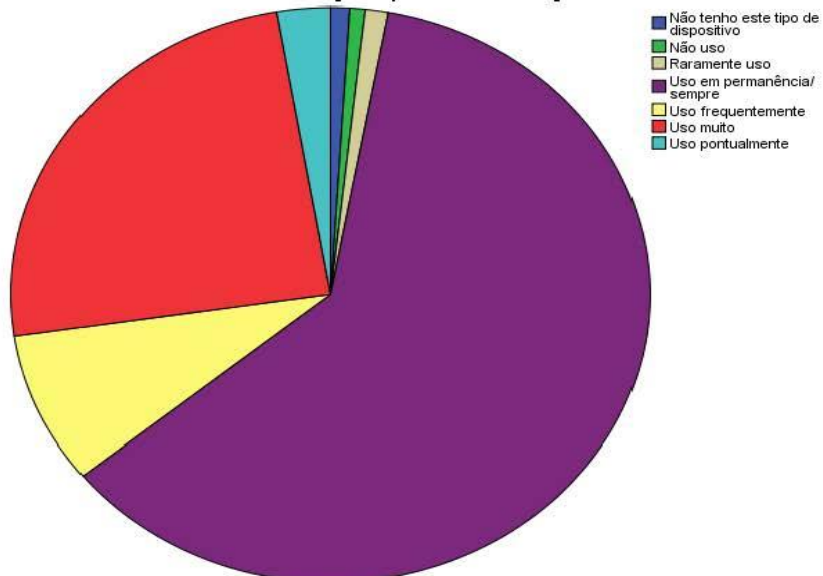


7- [Computador Fixo (secretária)]

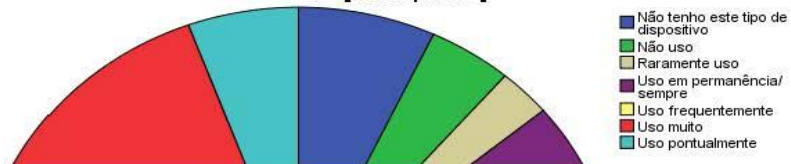


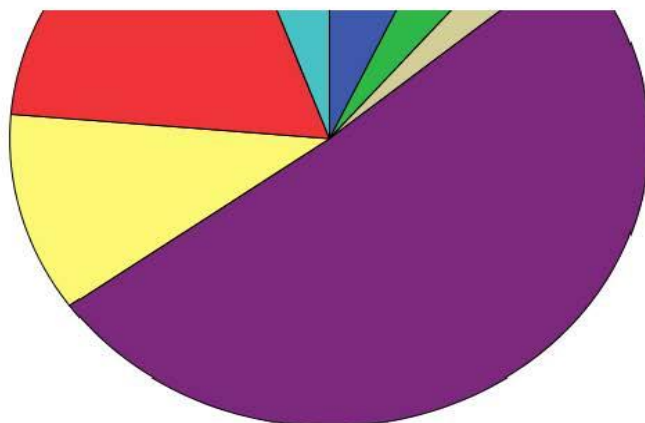


7- [Computador Portátil]

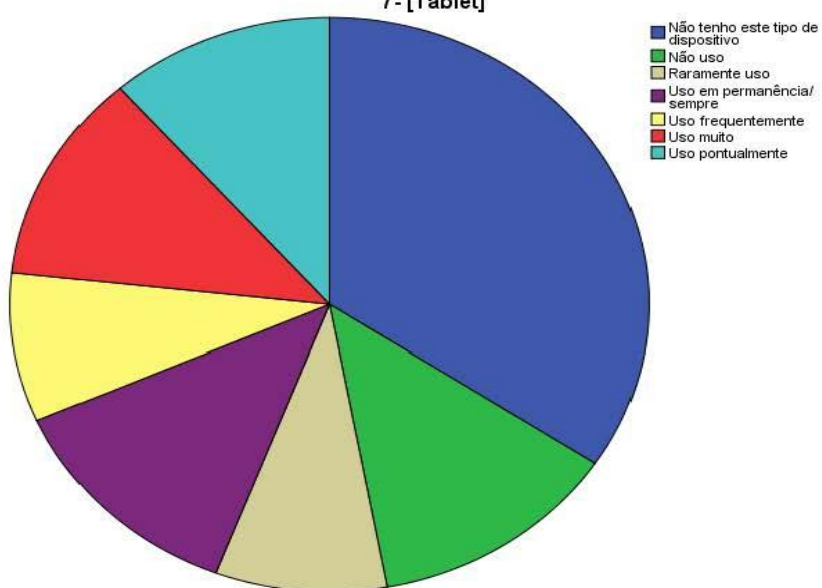


7- [Smartphone]

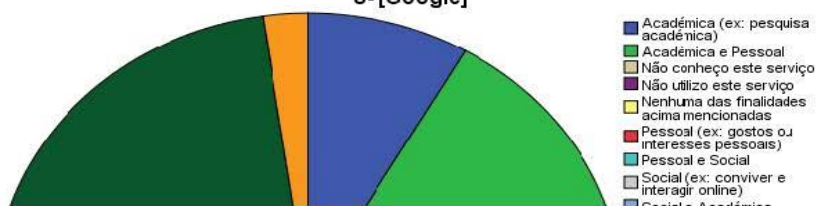


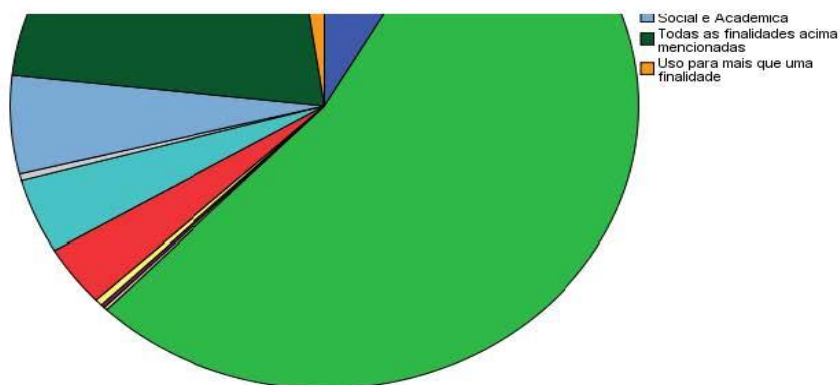


7- [Tablet]

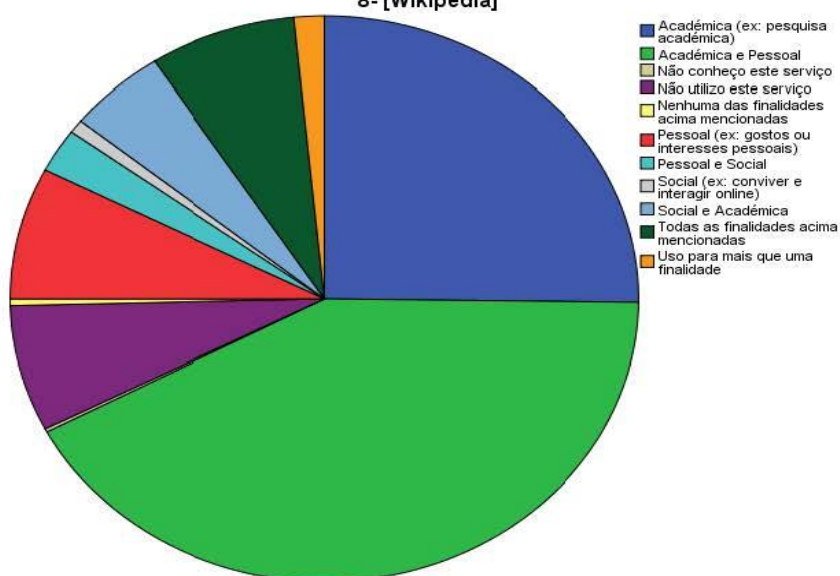


8- [Google]

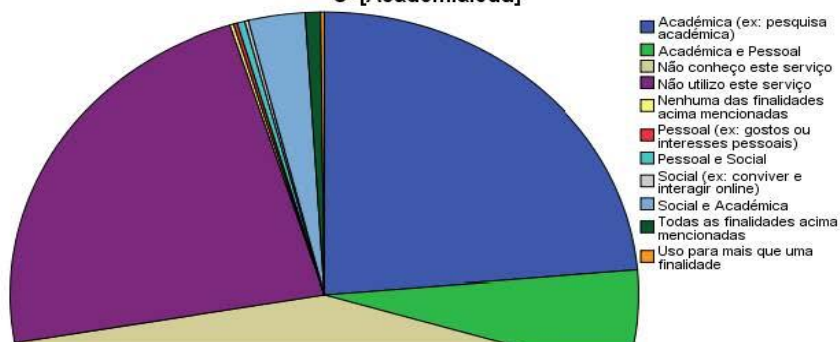


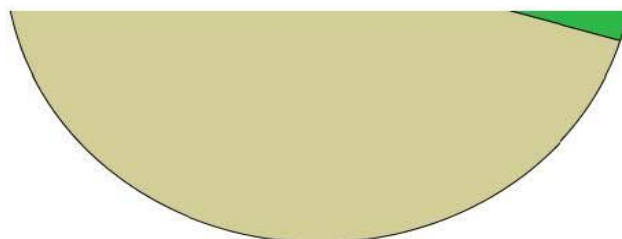


8- [Wikipedia]

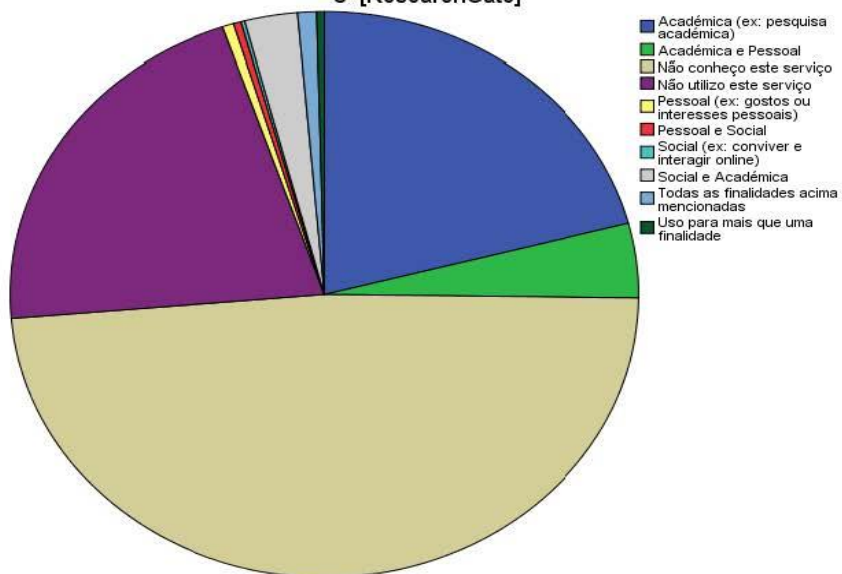


8- [Academia.edu]

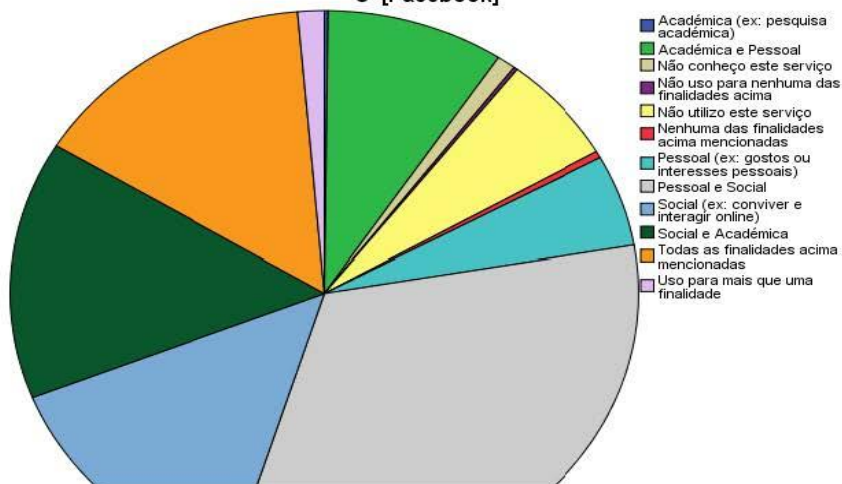


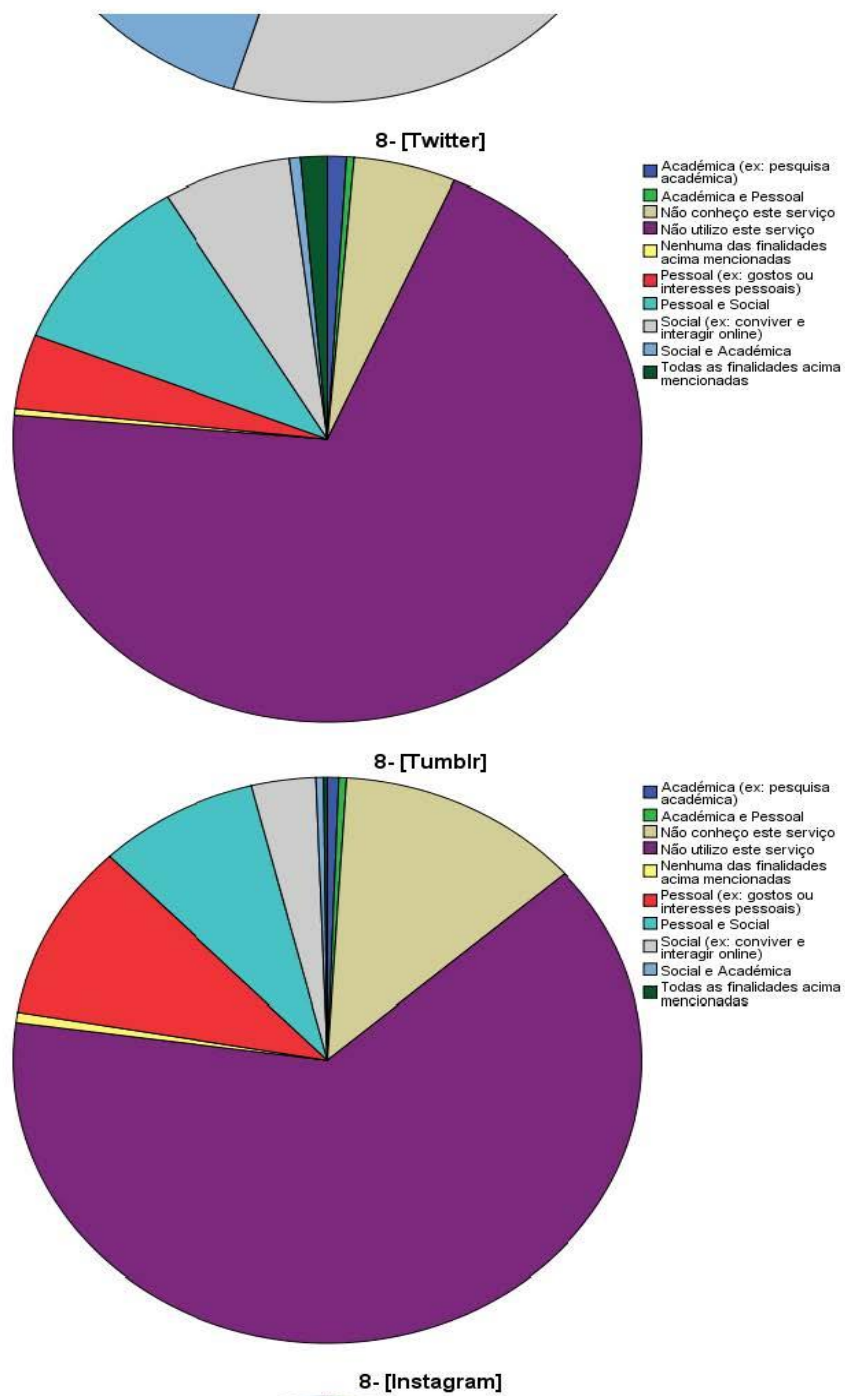


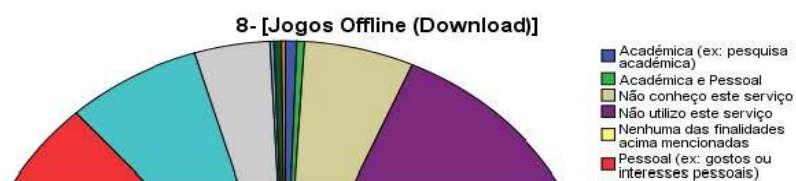
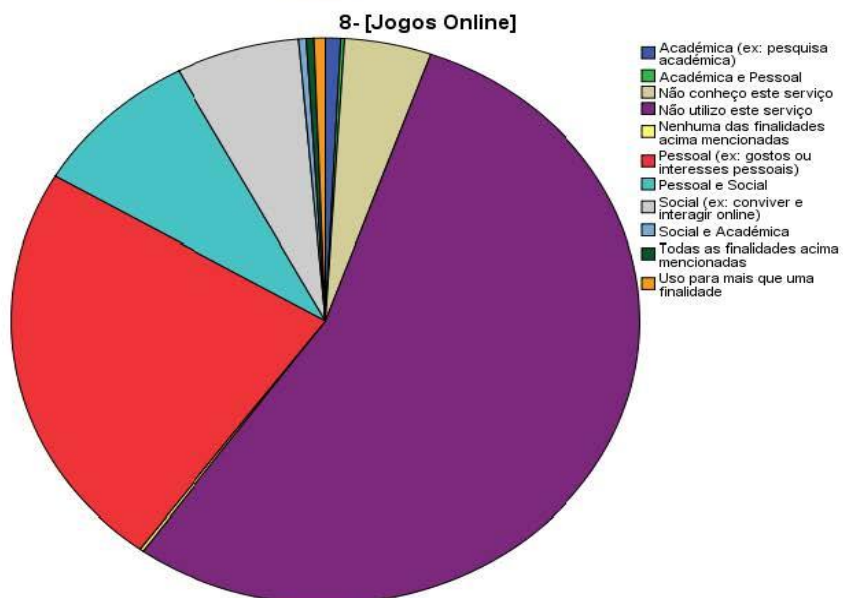
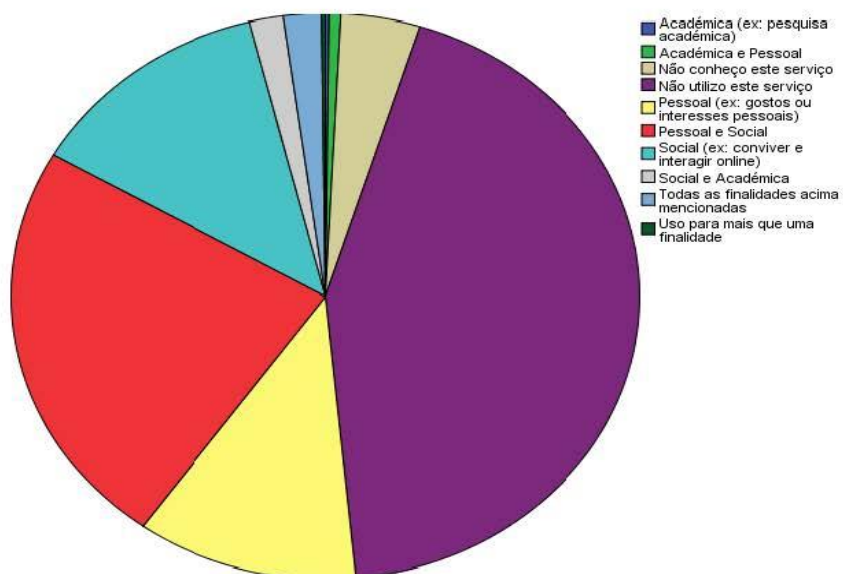
8- [ResearchGate]

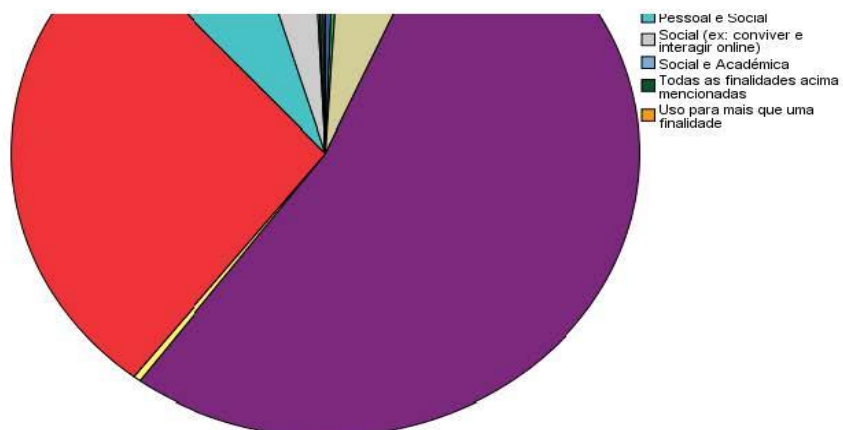


8- [Facebook]

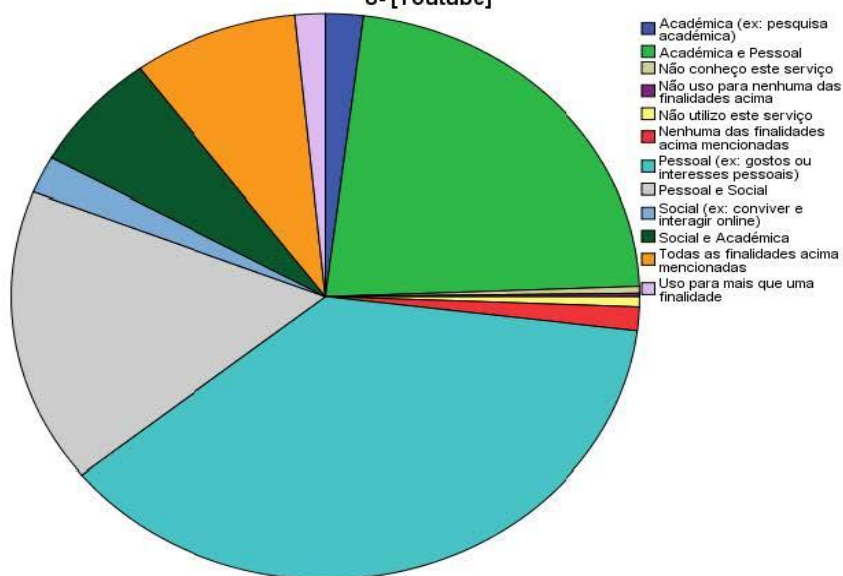




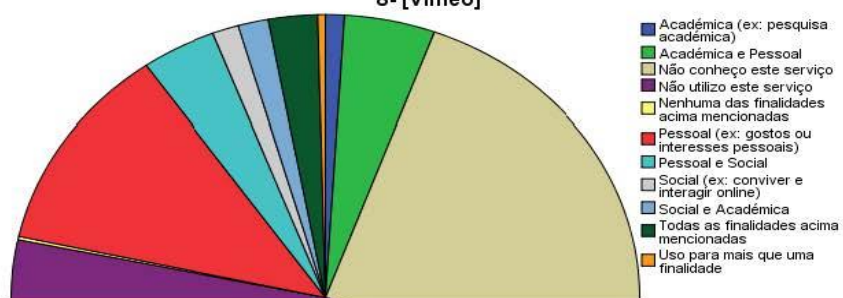


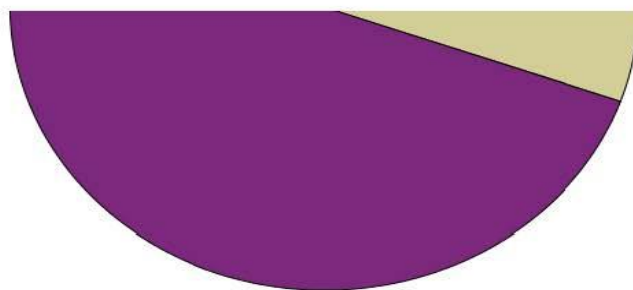


8- [Youtube]

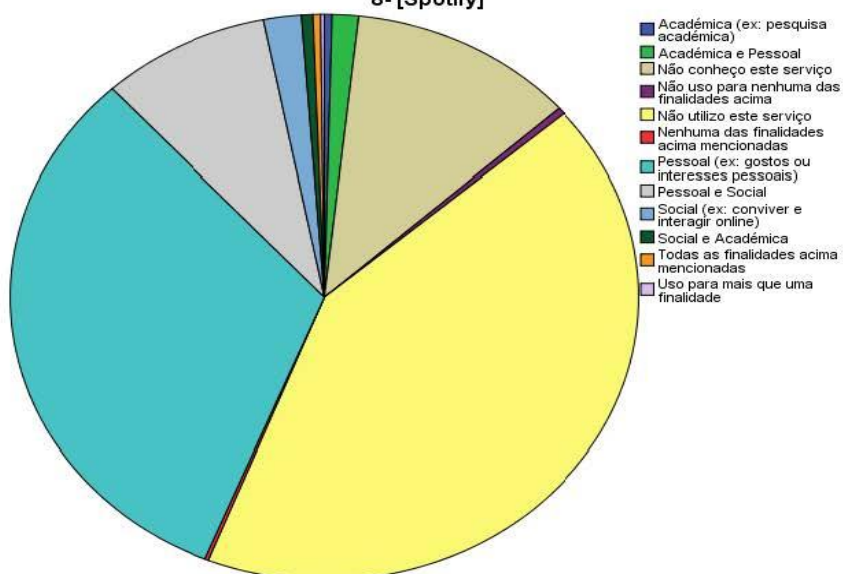


8- [Vimeo]

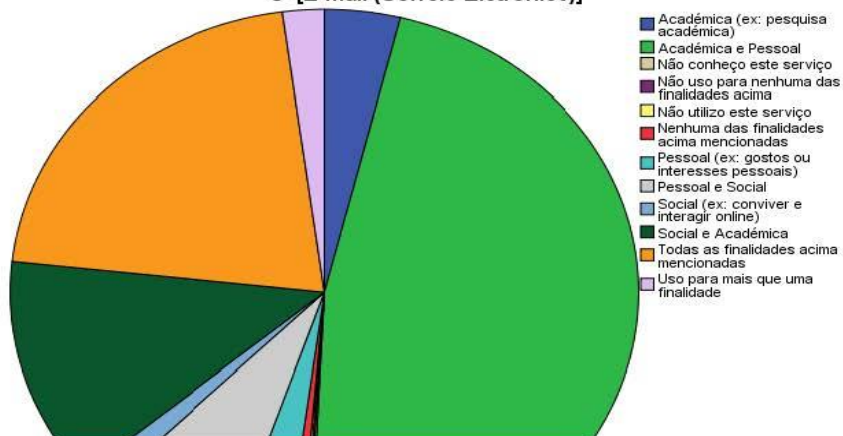


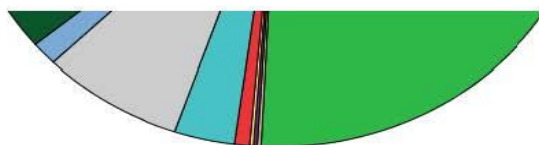


8- [Spotify]

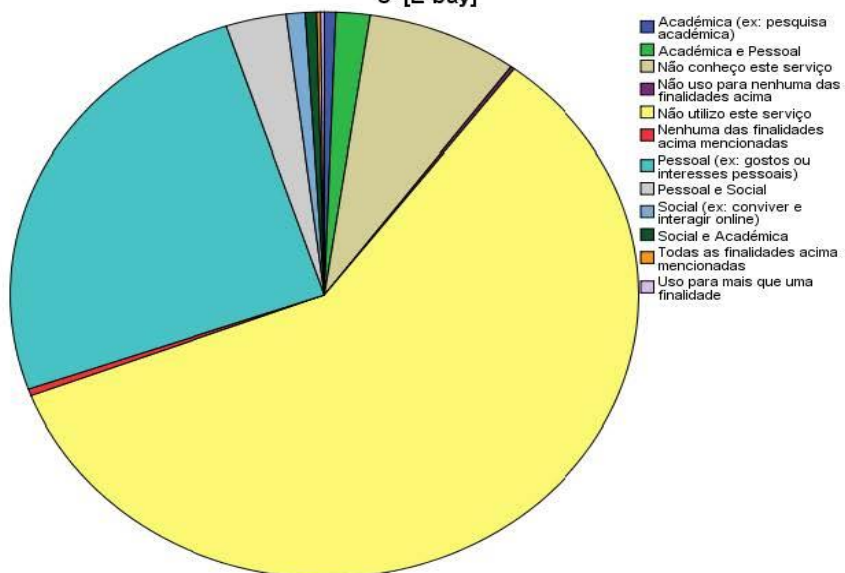


8- [E-mail (Correio Eletrónico)]

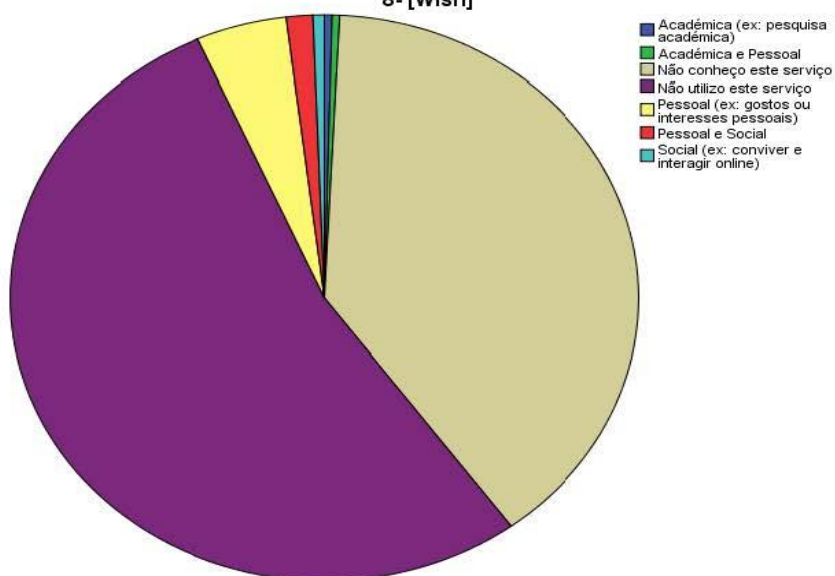


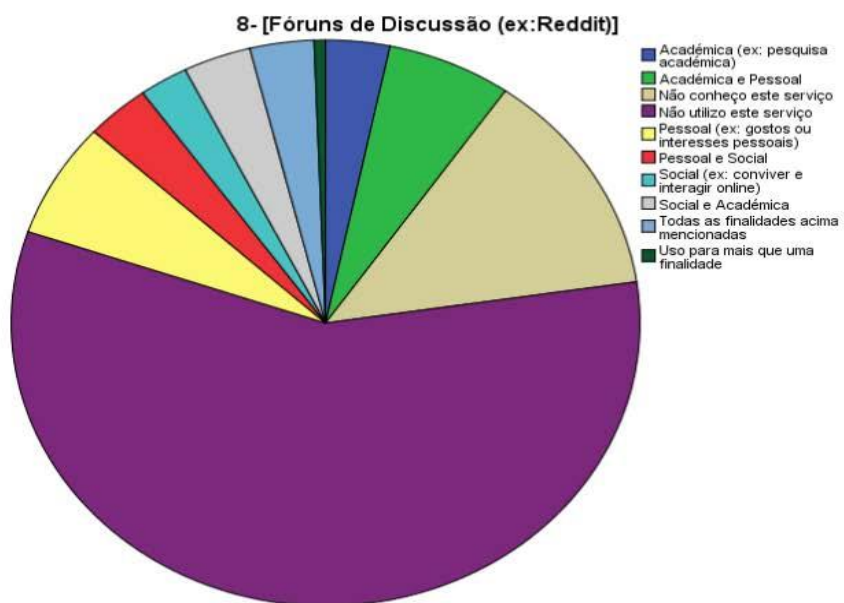
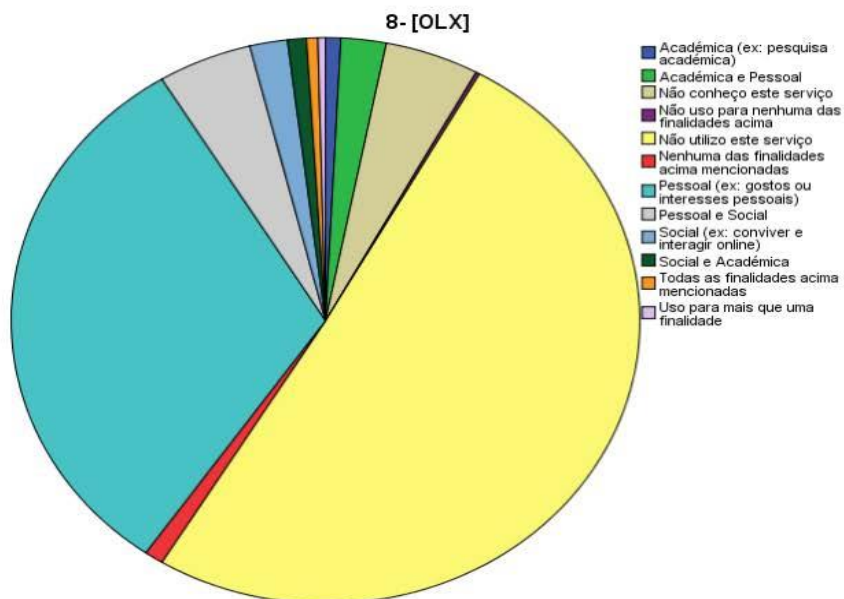


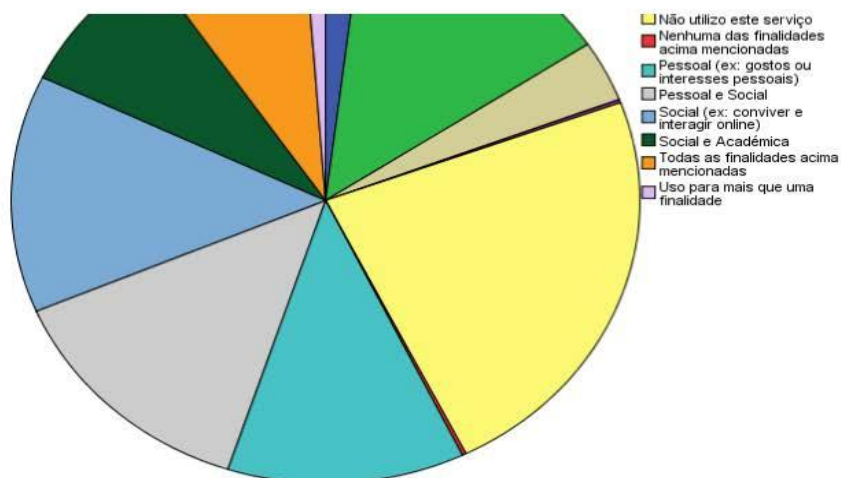
8- [E-bay]



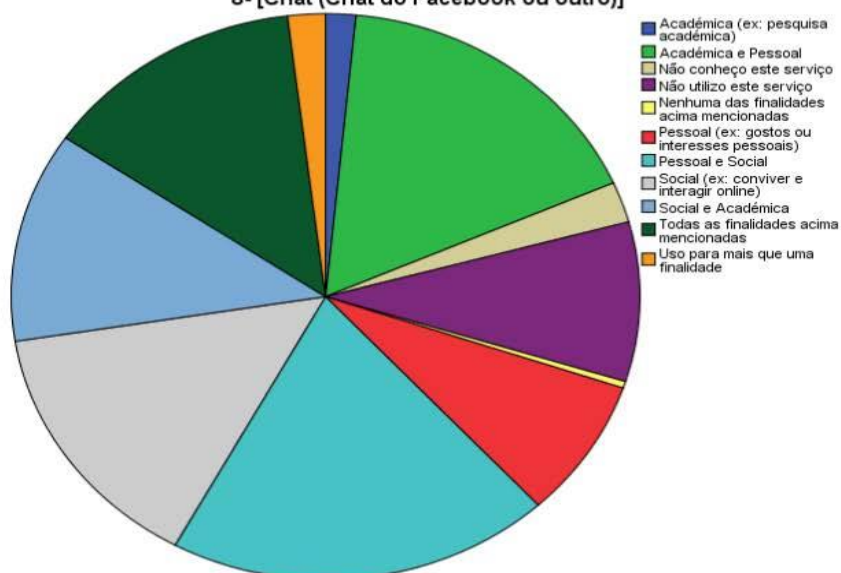
8- [Wish]



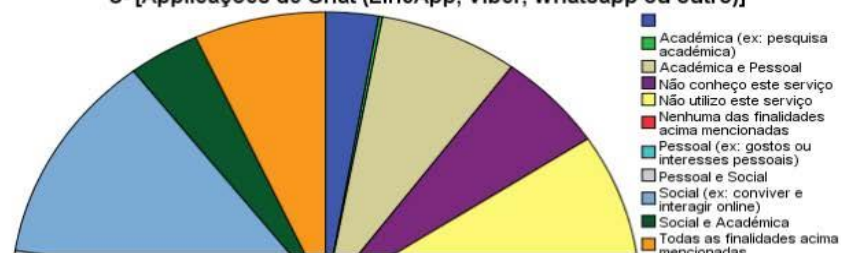


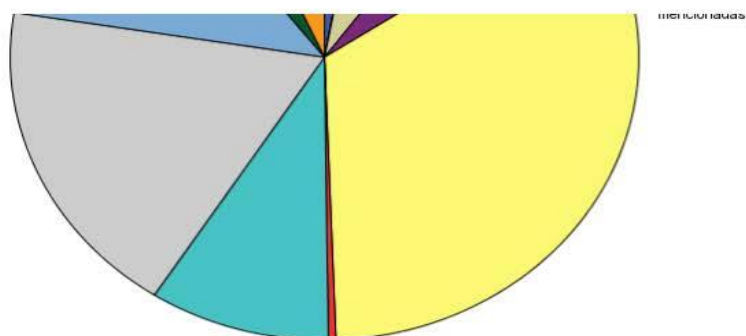


8- [Chat (Chat do Facebook ou outro)]



8- [Aplicações de Chat (LineApp, Viber, Whatsapp ou outro)]





Anexo09 – Tabelas de Frequência e Gráficos (P.18)

Anexo 09

18- [A coordenação entre mim e os meus amigos para as

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Frequente mente	167	32,4	32,4	32,4
	Muitas vezes	95	18,4	18,4	50,8
	Não conheço	6	1,2	1,2	51,9
	Nunca	55	10,7	10,7	62,6
	Por vezes	91	17,6	17,6	80,2
	Quase nunca	54	10,5	10,5	90,7
	Uso durante "horas infinitas"	48	9,3	9,3	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

18- [Costumo usar redes sociais aleatórias como o

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Frequente mente	14	2,7	2,7	2,7
	Muitas vezes	4	0,8	0,8	3,5
	Não conheço	201	39,0	39,0	42,4
	Nunca	221	42,8	42,8	85,3
	Por vezes	22	4,3	4,3	89,5
	Quase nunca	47	9,1	9,1	98,6
	Uso durante "horas infinitas"	7	1,4	1,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

18- [Jogo on-line em equipa]

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Frequente mente	22	4,3	4,3	4,3
	Muitas vezes	9	1,7	1,7	6,0
	Não conheço	45	8,7	8,7	14,7
	Nunca	343	66,5	66,5	81,2

Por vezes	45	8,7	8,7	89,9
Quase nunca	39	7,6	7,6	97,5
Uso durante "horas infinitas"	13	2,5	2,5	100,0
Total	516	100,0	100,0	

18- [Vejo vídeos cómicos/divertidos na Internet]

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Frequente mente	127	24,6	24,6	24,6
	Muitas vezes	88	17,1	17,1	41,7
	Não conheço	6	1,2	1,2	42,8
	Nunca	37	7,2	7,2	50,0
	Por vezes	161	31,2	31,2	81,2
	Quase nunca	66	12,8	12,8	94,0
	Uso durante "horas infinitas"	31	6,0	6,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

18- [Frequento sites de sexo on-line (cybering)]

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Frequente mente	9	1,7	1,7	1,7
	Muitas vezes	8	1,6	1,6	3,3
	Não conheço	93	18,0	18,0	21,3
	Nunca	336	65,1	65,1	86,4
	Por vezes	31	6,0	6,0	92,4
	Quase nunca	32	6,2	6,2	98,6
	Uso durante "horas infinitas"	7	1,4	1,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

18- [Jogo on-line individualmente]

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Frequente mente	39	7,6	7,6	7,6

Muitas vezes	40	7,8	7,8	15,3
Não conheço	35	6,8	6,8	22,1
Nunca	238	46,1	46,1	68,2
Por vezes	73	14,1	14,1	82,4
Quase nunca	80	15,5	15,5	97,9
Uso durante "horas infinitas"	11	2,1	2,1	100,0
Total	516	100,0	100,0	

18- [Participo em chamadas de grupo on-line (ex: usando

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Frequente mente	50	9,7	9,7	9,7
	Muitas vezes	38	7,4	7,4	17,1
	Não conheço	12	2,3	2,3	19,4
	Nunca	154	29,8	29,8	49,2
	Por vezes	121	23,4	23,4	72,7
	Quase nunca	133	25,8	25,8	98,4
	Uso durante "horas infinitas"	8	1,6	1,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

18- [Frequento sites de procura de parceiro(a) como o

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Frequente mente	4	0,8	0,8	0,8
	Muitas vezes	6	1,2	1,2	1,9
	Não conheço	125	24,2	24,2	26,2
	Nunca	341	66,1	66,1	92,2
	Por vezes	14	2,7	2,7	95,0
	Quase nunca	19	3,7	3,7	98,6
	Uso durante "horas infinitas"	7	1,4	1,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

18- [Frequento Forúns de discussão como o Reddit.]

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Frequente mente	9	1,7	1,7	1,7
	Muitas vezes	15	2,9	2,9	4,7
	Não conheço	165	32,0	32,0	36,6
	Nunca	224	43,4	43,4	80,0
	Por vezes	49	9,5	9,5	89,5
	Quase nunca	44	8,5	8,5	98,1
	Uso durante "horas infinitas"	10	1,9	1,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

18- [Vejo séries de televisão e/ou filmes num site de

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Frequente mente	142	27,5	27,5	27,5
	Muitas vezes	75	14,5	14,5	42,1
	Não conheço	32	6,2	6,2	48,3
	Nunca	83	16,1	16,1	64,3
	Por vezes	79	15,3	15,3	79,7
	Quase nunca	61	11,8	11,8	91,5
	Uso durante "horas infinitas"	44	8,5	8,5	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

18- [Observo catálogos de compras e compro produtos

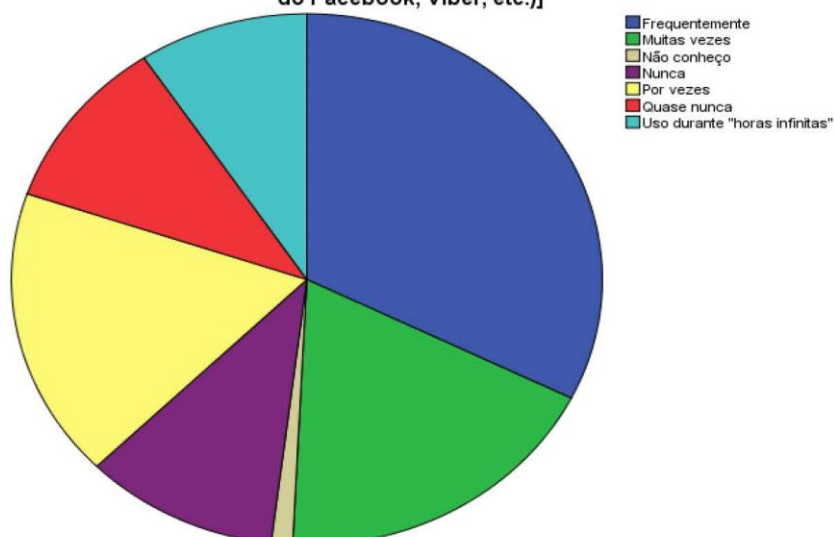
		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Frequente mente	80	15,5	15,5	15,5
	Muitas vezes	74	14,3	14,3	29,8
	Não conheço	13	2,5	2,5	32,4
	Nunca	89	17,2	17,2	49,6
	Por vezes	157	30,4	30,4	80,0
	Quase nunca	92	17,8	17,8	97,9
	Uso durante "horas infinitas"	11	2,1	2,1	100,0

Total	516	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

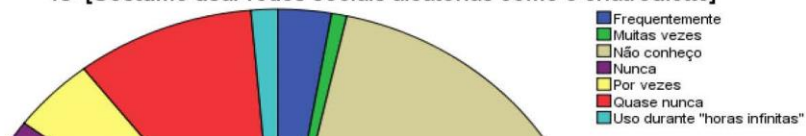
18- [Acompanho vídeos de um youtuber específico on-

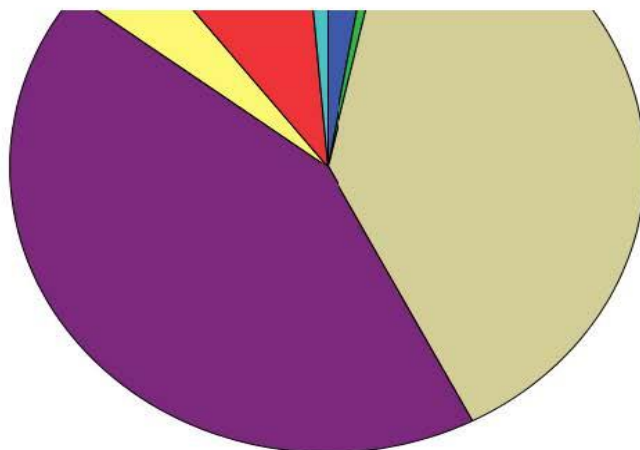
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Válido	Frequente mente	93	18,0	18,0	18,0
	Muitas vezes	55	10,7	10,7	28,7
	Não conheço	21	4,1	4,1	32,8
	Nunca	138	26,7	26,7	59,5
	Por vezes	73	14,1	14,1	73,6
	Quase nunca	95	18,4	18,4	92,1
	Uso durante "horas infinitas"	41	7,9	7,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

18- [A coordenação entre mim e os meus amigos para as atividades de lazer e/ou saídas noturnas é realizada através do smartphone (app do tipo WhatsApp, chat do Facebook, Viber, etc.)]

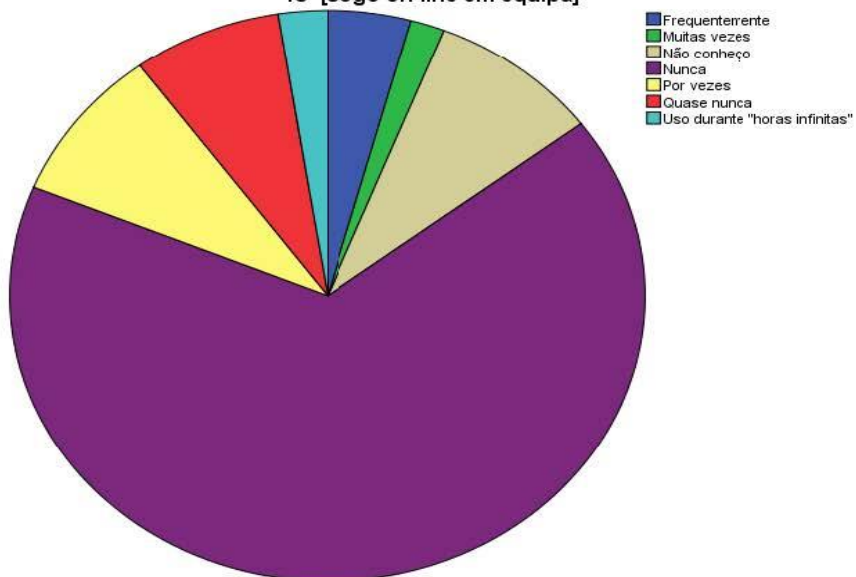


18- [Costumo usar redes sociais aleatórias como o chatroulette]

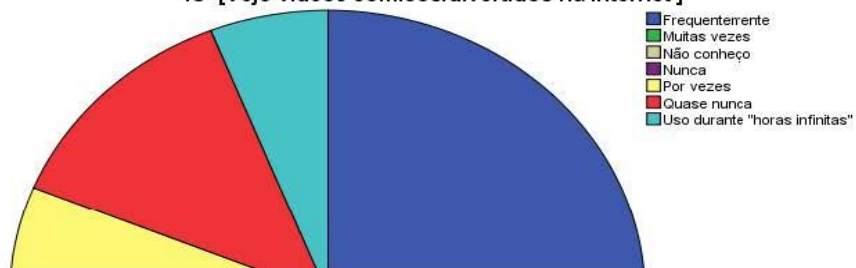


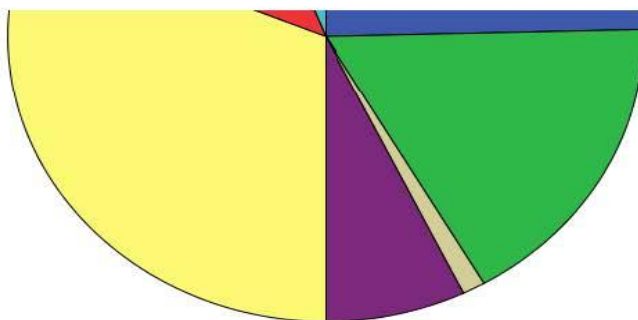


18- [Jogo on-line em equipa]

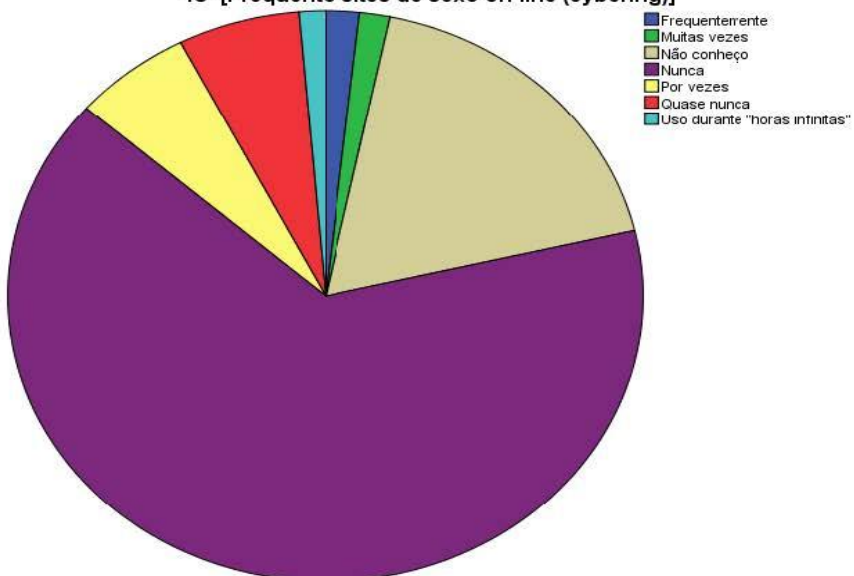


18- [Vejo videos cómicos/divertidos na Internet]

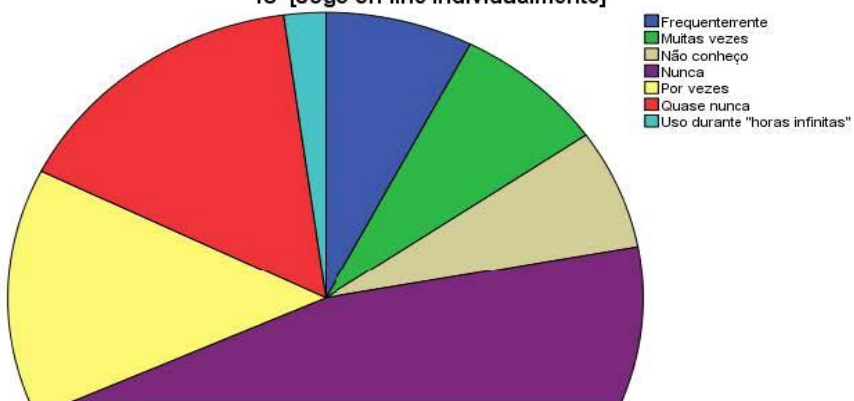




18- [Frequento sites de sexo on-line (cybering)]

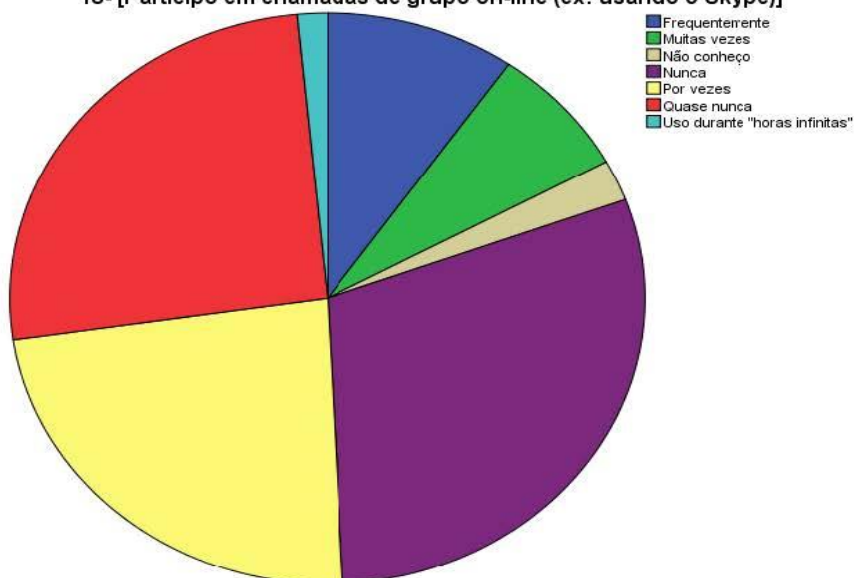


18- [Jogo on-line individualmente]

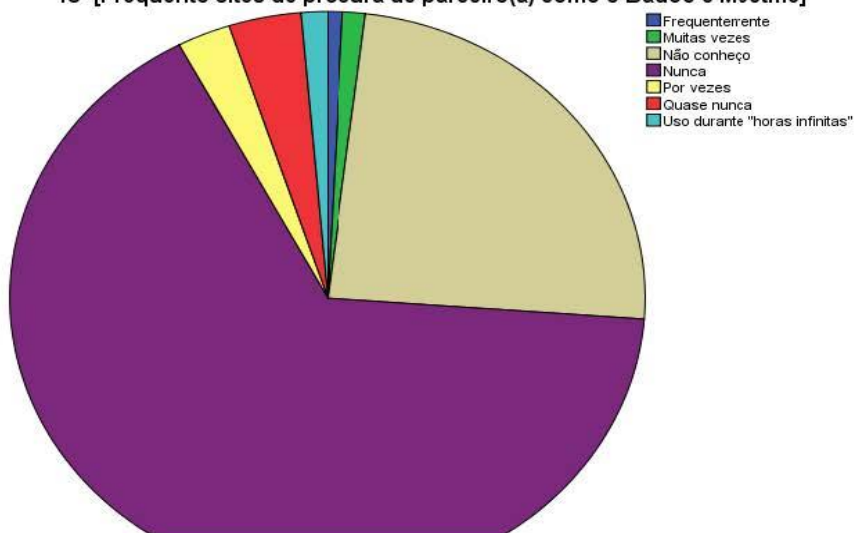


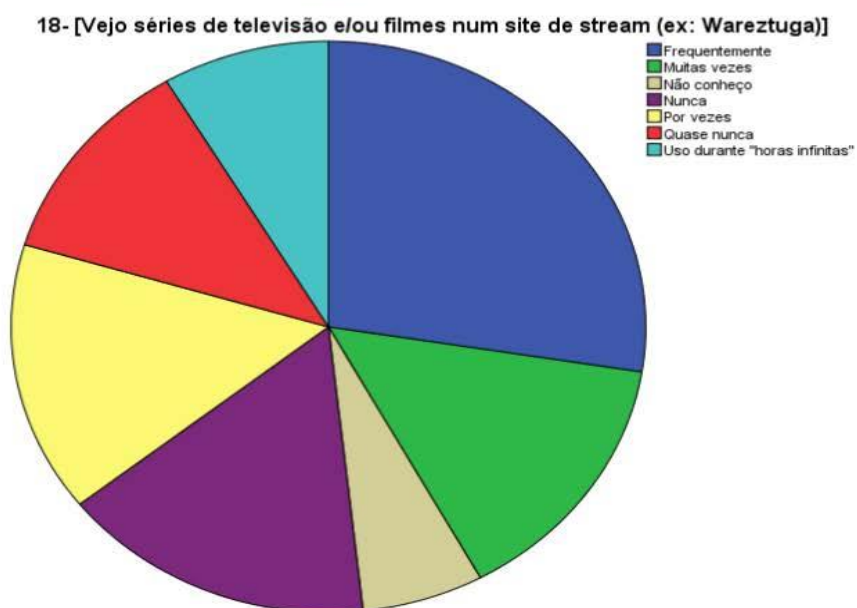
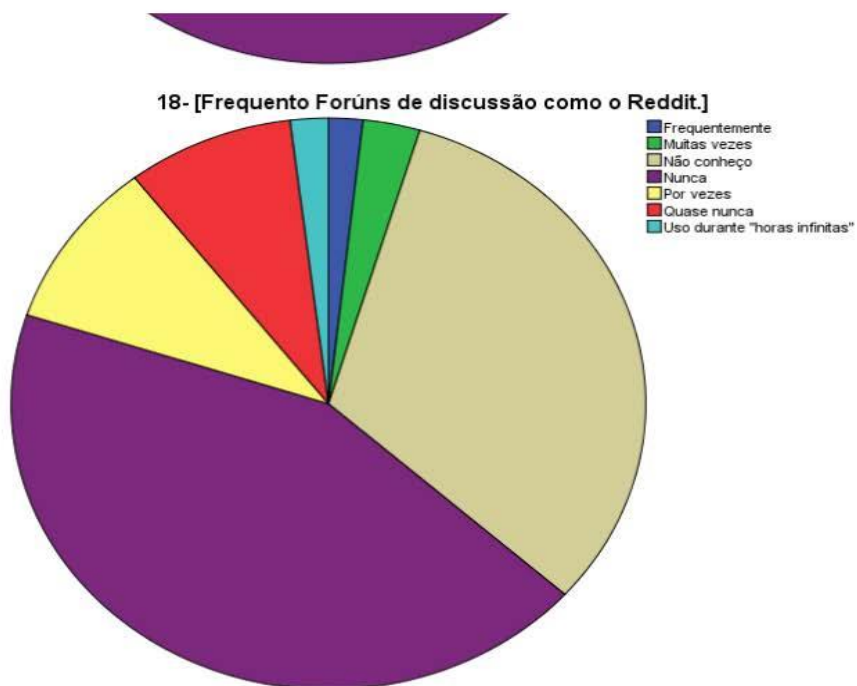


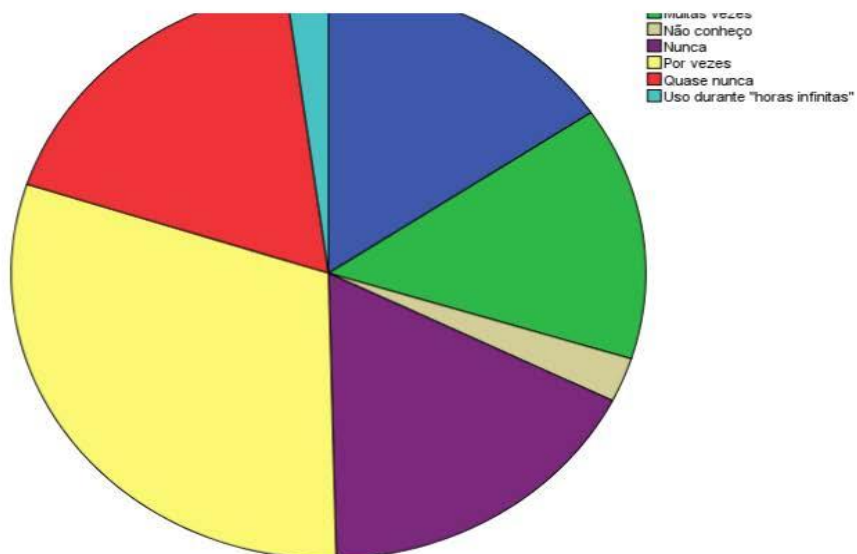
18- [Participo em chamadas de grupo on-line (ex: usando o Skype)]



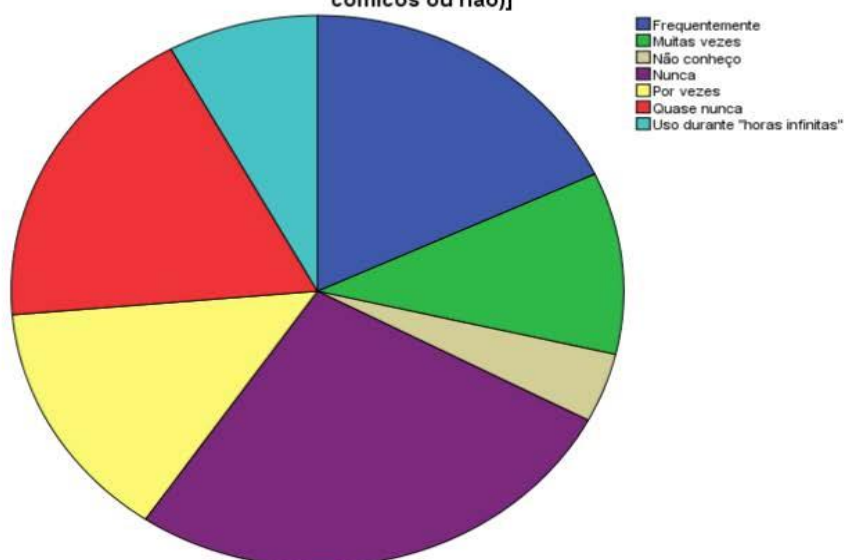
18- [Frequento sites de procura de parceiro(a) como o Badoo e Meetme]







18- [Acompanho videos de um youtuber especifico on-line (sejam videos cômicos ou não)]



Anexo10 – Tabelas de Frequência e Gráficos (P.11, P.12 e P.14)

Anexo10

11- [Acedo a vídeos no Youtube (ou outra plataforma)

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Nunca	10	1,9	1,9	1,9
	Pontualme nte	197	38,2	38,2	40,1
	Por vezes	125	24,2	24,2	64,3
	Quase sempre	129	25,0	25,0	89,3
	Sempre	55	10,7	10,7	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Enquanto como (tomo as refeições) tenho por hábito

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Nunca	149	28,9	28,9	28,9
	Pontualme nte	82	15,9	15,9	44,8
	Por vezes	174	33,7	33,7	78,5
	Quase sempre	90	17,4	17,4	95,9
	Sempre	21	4,1	4,1	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Mesmo quando me deito para dormir, deixo o

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Nunca	289	56,0	56,0	56,0
	Pontualme nte	36	7,0	7,0	63,0
	Por vezes	105	20,3	20,3	83,3
	Quase sempre	38	7,4	7,4	90,7
	Sempre	48	9,3	9,3	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Mesmo estando numa situação de intimidade com

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Nunca	302	58,5	58,5	58,5
	Pontualme nte	32	6,2	6,2	64,7
	Por vezes	154	29,8	29,8	94,6

	Quase sempre	23	4,5	4,5	99,0
	Sempre	5	1,0	1,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Durante o horário de estudo tenho o hábito de ter o

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	126	24,4	24,4	24,4
	Pontualmente	82	15,9	15,9	40,3
	Por vezes	192	37,2	37,2	77,5
	Quase sempre	80	15,5	15,5	93,0
	Sempre	36	7,0	7,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Enquanto trabalho em projetos académicos e/ou

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	80	15,5	15,5	15,5
	Pontualmente	95	18,4	18,4	33,9
	Por vezes	143	27,7	27,7	61,6
	Quase sempre	137	26,6	26,6	88,2
	Sempre	61	11,8	11,8	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Passo mais horas a jogar on-line do que a estudar]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	389	75,4	75,4	75,4
	Pontualmente	28	5,4	5,4	80,8
	Por vezes	66	12,8	12,8	93,6
	Quase sempre	23	4,5	4,5	98,1
	Sempre	10	1,9	1,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Enquanto estou na sala de aula deixo o telemóvel

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	181	35,1	35,1	35,1
	Pontualmente	59	11,4	11,4	46,5
	Por vezes	150	29,1	29,1	75,6

	Quase sempre	75	14,5	14,5	90,1
	Sempre	51	9,9	9,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Mesmo estando com família, ou com amigos, tenho

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	62	12,0	12,0	12,0
	Pontualmente	111	21,5	21,5	33,5
	Por vezes	204	39,5	39,5	73,1
	Quase sempre	101	19,6	19,6	92,6
	Sempre	38	7,4	7,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Utilizo a internet para observar catálogos de

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	121	23,4	23,4	23,4
	Pontualmente	124	24,0	24,0	47,5
	Por vezes	160	31,0	31,0	78,5
	Quase sempre	85	16,5	16,5	95,0
	Sempre	26	5,0	5,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Leio livros, jornais ou revistas acedendo à internet]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	68	13,2	13,2	13,2
	Pontualmente	122	23,6	23,6	36,8
	Por vezes	141	27,3	27,3	64,1
	Quase sempre	125	24,2	24,2	88,4
	Sempre	60	11,6	11,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Vejo filmes, documentários, notícias e outros

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	27	5,2	5,2	5,2
	Pontualmente	132	25,6	25,6	30,8
	Por vezes	96	18,6	18,6	49,4

	Quase sempre	157	30,4	30,4	79,8
	Sempre	104	20,2	20,2	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Utilizo a internet para consultar horários e/ou

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	31	6,0	6,0	6,0
	Pontualmente	110	21,3	21,3	27,3
	Por vezes	98	19,0	19,0	46,3
	Quase sempre	146	28,3	28,3	74,6
	Sempre	131	25,4	25,4	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Utilizo o smartphone e/ou computador para consultar

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	40	7,8	7,8	7,8
	Pontualmente	129	25,0	25,0	32,8
	Por vezes	84	16,3	16,3	49,0
	Quase sempre	139	26,9	26,9	76,0
	Sempre	124	24,0	24,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Gravo, sem autorização, as aulas com o smartphone

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	449	87,0	87,0	87,0
	Pontualmente	12	2,3	2,3	89,3
	Por vezes	40	7,8	7,8	97,1
	Quase sempre	11	2,1	2,1	99,2
	Sempre	4	0,8	0,8	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Tenho com os meus colegas grupo(s) privado(s) no

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	51	9,9	9,9	9,9
	Pontualmente	80	15,5	15,5	25,4
	Por vezes	58	11,2	11,2	36,6

Quase sempre	150	29,1	29,1	65,7
Sempre	177	34,3	34,3	100,0
Total	516	100,0	100,0	

11- [Quando partilho materiais em grupo(s) privado(s) no

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	215	41,7	41,7	41,7
	Pontualmente	60	11,6	11,6	53,3
	Por vezes	114	22,1	22,1	75,4
	Quase sempre	72	14,0	14,0	89,3
	Sempre	55	10,7	10,7	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

12- [Académicas (Horas de estudo e projetos

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Entre seis horas e oito horas	66	12,8	12,8	12,8
	Entre três horas e seis horas	174	33,7	33,7	46,5
	Entre uma e três horas	199	38,6	38,6	85,1
	Mais de oito horas	31	6,0	6,0	91,1
	Menos de uma hora	46	8,9	8,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

12- [Pessoais (Assistir vídeos, jogar jogos offline, ler

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Entre seis horas e oito horas	42	8,1	8,1	8,1
	Entre três horas e seis horas	123	23,8	23,8	32,0
	Entre uma e três horas	213	41,3	41,3	73,3
	Mais de oito horas	16	3,1	3,1	76,4
	Menos de uma hora	122	23,6	23,6	100,0

Total	516	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

12- [Sociais (Escrever em fóruns de discussão, contactar

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Entre seis horas e oito horas	41	7,9	7,9	7,9
	Entre três horas e seis horas	87	16,9	16,9	24,8
	Entre uma e três horas	206	39,9	39,9	64,7
	Mais de oito horas	24	4,7	4,7	69,4
	Menos de uma hora	158	30,6	30,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Deixo o que tenho para fazer para a última da hora]

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Nunca	95	18,4	18,4	18,4
	Pontualmente	86	16,7	16,7	35,1
	Por vezes	215	41,7	41,7	76,7
	Quase sempre	101	19,6	19,6	96,3
	Sempre	19	3,7	3,7	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Adio tarefas de hoje para o dia seguinte]

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
Válido	Nunca	57	11,0	11,0	11,0
	Pontualmente	105	20,3	20,3	31,4
	Por vezes	255	49,4	49,4	80,8
	Quase sempre	85	16,5	16,5	97,3
	Sempre	14	2,7	2,7	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Demoro a iniciar tarefas]

		Frequência	Porcentage m	Porcentage m válida	Porcentage m cumulativa
--	--	------------	-----------------	------------------------	-------------------------------

Válido	Nunca	76	14,7	14,7	14,7
	Pontualmente	77	14,9	14,9	29,7
	Por vezes	220	42,6	42,6	72,3
	Quase sempre	114	22,1	22,1	94,4
	Sempre	29	5,6	5,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Interrompo tarefas com frequência]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	81	15,7	15,7	15,7
	Pontualmente	107	20,7	20,7	36,4
	Por vezes	213	41,3	41,3	77,7
	Quase sempre	94	18,2	18,2	95,9
	Sempre	21	4,1	4,1	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Desisto facilmente das tarefas]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	285	55,2	55,2	55,2
	Pontualmente	50	9,7	9,7	64,9
	Por vezes	154	29,8	29,8	94,8
	Quase sempre	22	4,3	4,3	99,0
	Sempre	5	1,0	1,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Demoro a terminar tarefas]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	78	15,1	15,1	15,1
	Pontualmente	98	19,0	19,0	34,1
	Por vezes	258	50,0	50,0	84,1
	Quase sempre	66	12,8	12,8	96,9
	Sempre	16	3,1	3,1	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Chego atrasado a compromissos]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa

Válido	Nunca	267	51,7	51,7	51,7
	Pontualmente	48	9,3	9,3	61,0
	Por vezes	163	31,6	31,6	92,6
	Quase sempre	33	6,4	6,4	99,0
	Sempre	5	1,0	1,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Tenho dificuldades em perceber as prioridades entre

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	292	56,6	56,6	56,6
	Pontualmente	39	7,6	7,6	64,1
	Por vezes	162	31,4	31,4	95,5
	Quase sempre	18	3,5	3,5	99,0
	Sempre	5	1,0	1,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Planeio as minhas atividades seguindo uma ordem

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	39	7,6	7,6	7,6
	Pontualmente	80	15,5	15,5	23,1
	Por vezes	143	27,7	27,7	50,8
	Quase sempre	183	35,5	35,5	86,2
	Sempre	71	13,8	13,8	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Sigo uma rotina diária]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	54	10,5	10,5	10,5
	Pontualmente	114	22,1	22,1	32,6
	Por vezes	125	24,2	24,2	56,8
	Quase sempre	168	32,6	32,6	89,3
	Sempre	55	10,7	10,7	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Quando termino uma tarefa, sei o que fazer em

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa

Válido	Nunca	12	2,3	2,3	2,3
	Pontualmente	93	18,0	18,0	20,3
	Por vezes	103	20,0	20,0	40,3
	Quase sempre	221	42,8	42,8	83,1
	Sempre	87	16,9	16,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Tenho facilidade em iniciar tarefas]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	48	9,3	9,3	9,3
	Pontualmente	100	19,4	19,4	28,7
	Por vezes	198	38,4	38,4	67,1
	Quase sempre	122	23,6	23,6	90,7
	Sempre	48	9,3	9,3	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Tenho facilidade em terminar tarefas antes do prazo]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	46	8,9	8,9	8,9
	Pontualmente	104	20,2	20,2	29,1
	Por vezes	165	32,0	32,0	61,0
	Quase sempre	147	28,5	28,5	89,5
	Sempre	54	10,5	10,5	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Não desisto facilmente das tarefas, persisto até]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	6	1,2	1,2	1,2
	Pontualmente	68	13,2	13,2	14,3
	Por vezes	85	16,5	16,5	30,8
	Quase sempre	179	34,7	34,7	65,5
	Sempre	178	34,5	34,5	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Chego a tempo aos meus compromissos]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa

Válido	Nunca	11	2,1	2,1	2,1
	Pontualmente	67	13,0	13,0	15,1
	Por vezes	62	12,0	12,0	27,1
	Quase sempre	169	32,8	32,8	59,9
	Sempre	207	40,1	40,1	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

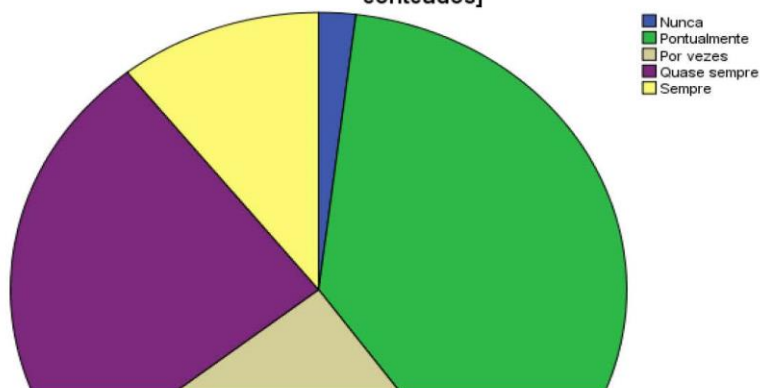
14- [Tenho facilidade em perceber as prioridades entre

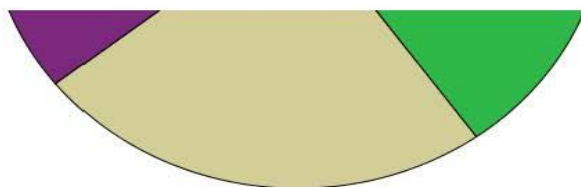
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	20	3,9	3,9	3,9
	Pontualmente	104	20,2	20,2	24,0
	Por vezes	93	18,0	18,0	42,1
	Quase sempre	170	32,9	32,9	75,0
	Sempre	129	25,0	25,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

14- [Tento fazer várias tarefas em simultâneo (tendo

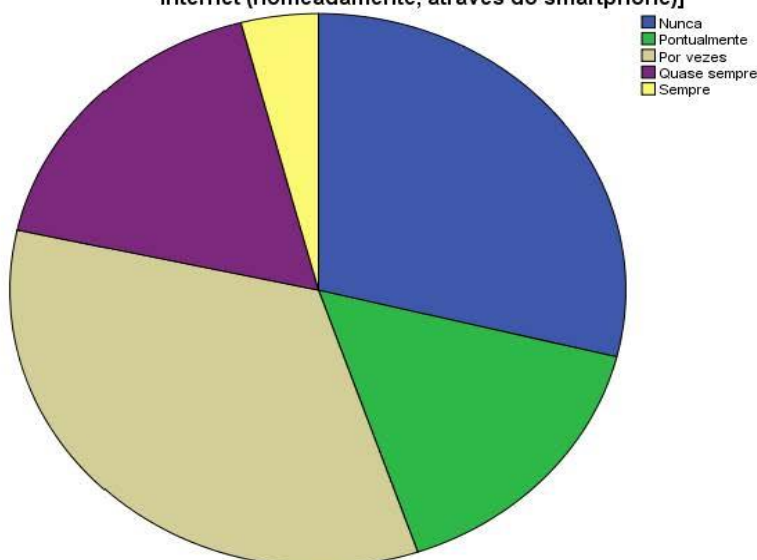
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	47	9,1	9,1	9,1
	Pontualmente	130	25,2	25,2	34,3
	Por vezes	138	26,7	26,7	61,0
	Quase sempre	144	27,9	27,9	89,0
	Sempre	57	11,0	11,0	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

11- [Acedo a videos no Youtube (ou outra plataforma) para aprender novos conteúdos]

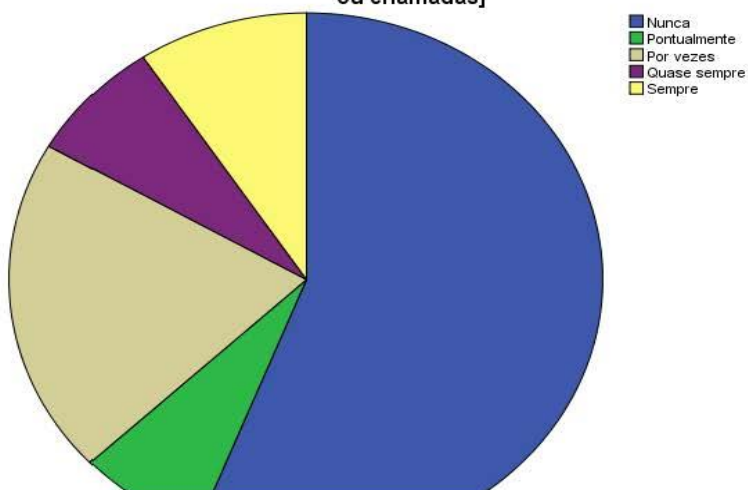




11- [Enquanto como (tomo as refeições) tenho por hábito estar conectado à Internet (nomeadamente, através do smartphone)]

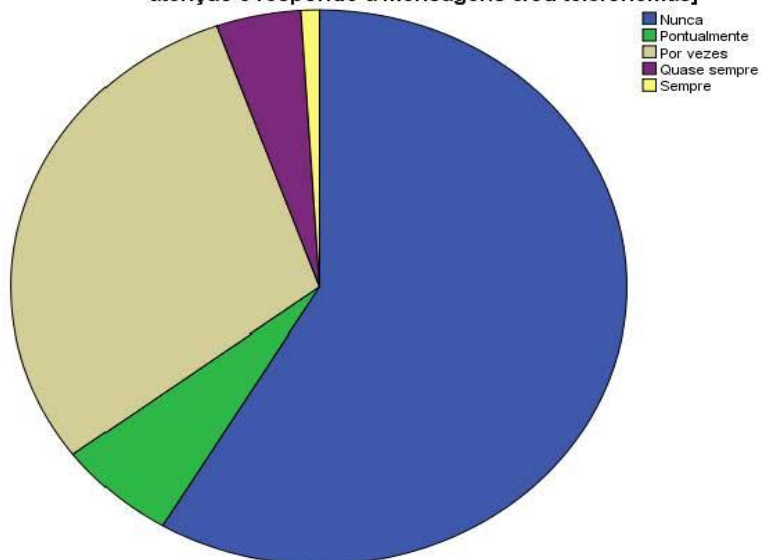


11- [Mesmo quando me deito para dormir, deixo o telemóvel e/ou o computador ligado e com aplicações a correr e/ou sinais sonoros de chegada de mensagens ou chamadas]

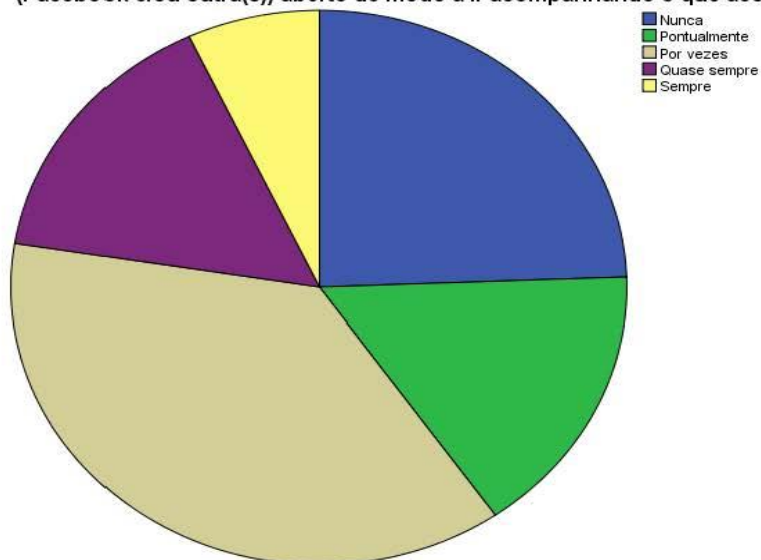




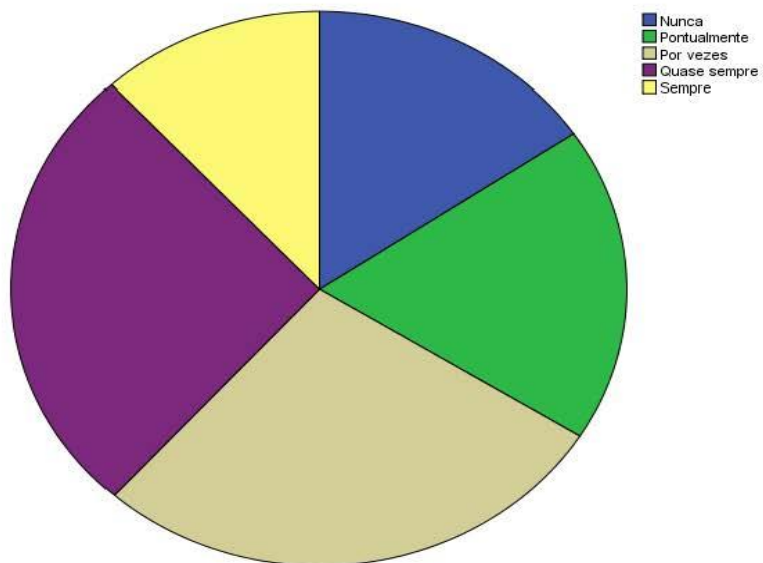
11- [Mesmo estando numa situação de intimidade com o/a namorado/a tenho em atenção e respondo a mensagens e/ou telefonemas]



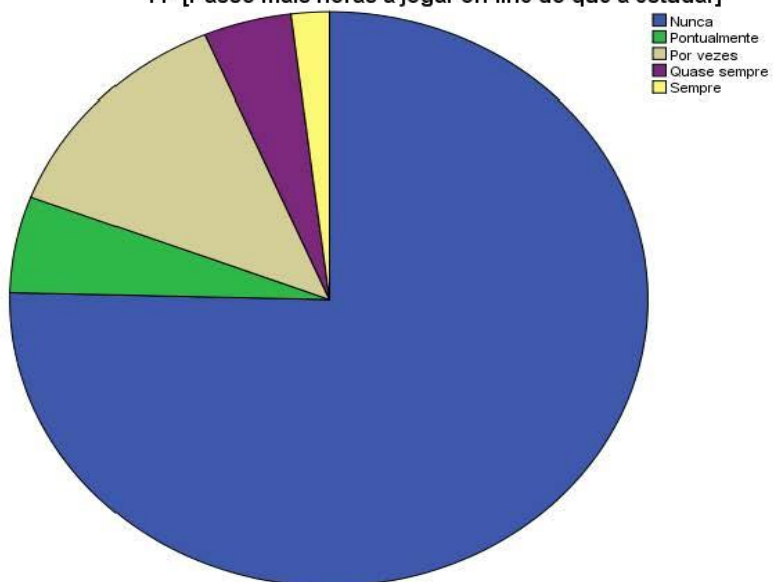
11- [Durante o horário de estudo tenho o hábito de ter o perfil da rede social (Facebook e/ou outra(s)) aberto de modo a ir acompanhando o que acontece]



11- [Enquanto trabalho em projetos académicos e/ou estudo tenho por hábito aceder a música ou vídeos na internet]

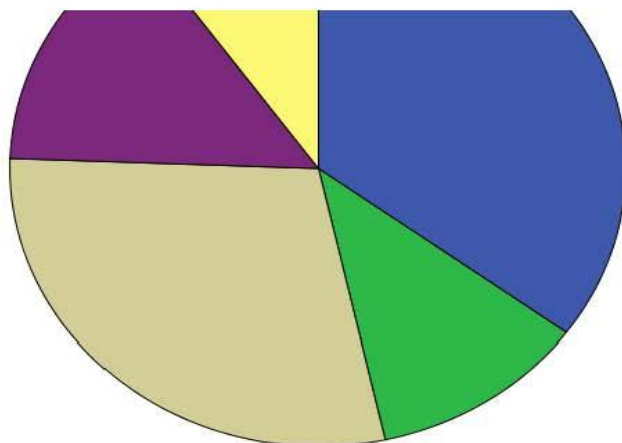


11- [Passo mais horas a jogar on-line do que a estudar]

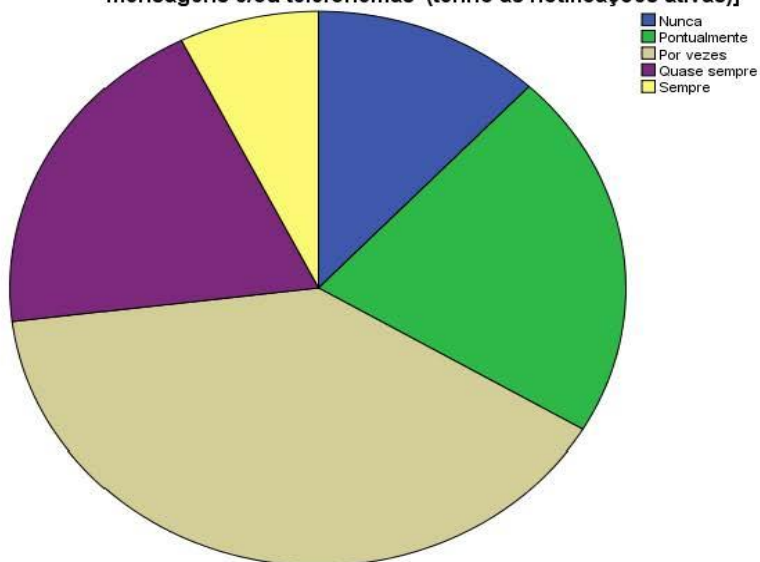


11- [Enquanto estou na sala de aula deixo o telemóvel e/ou o computador ligado e com aplicações a correr e/ou notificações ativas]

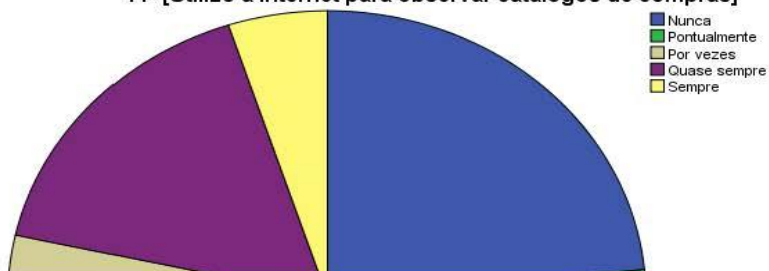


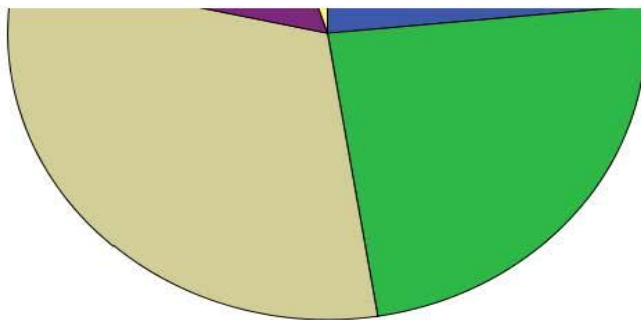


11- [Mesmo estando com família, ou com amigos, tenho em atenção e respondo a mensagens e/ou telefonemas (tenho as notificações ativas)]

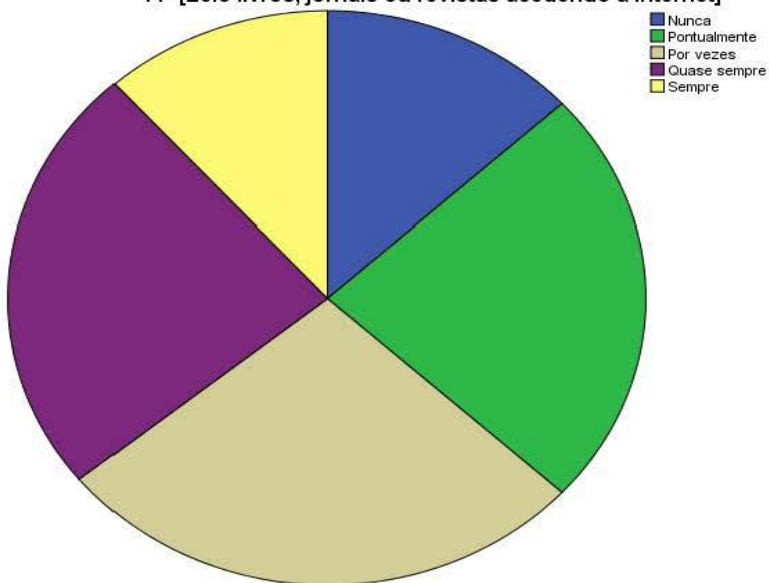


11- [Utilizo a internet para observar catálogos de compras]

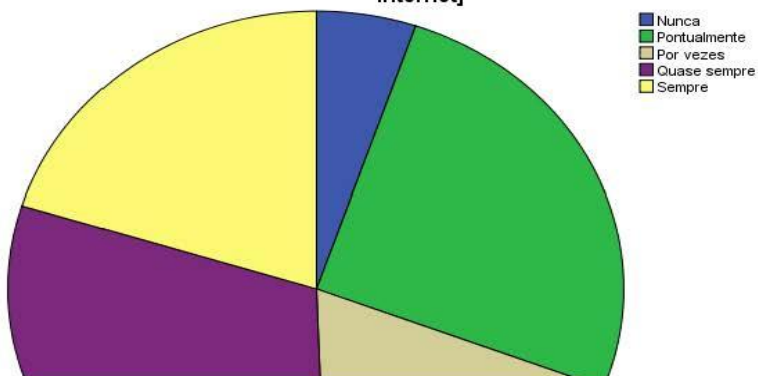


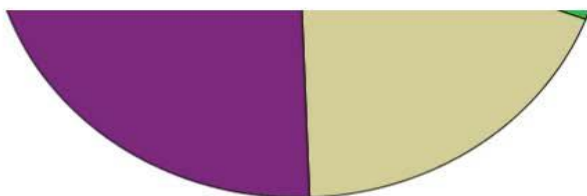


11- [Leio livros, jornais ou revistas acedendo à internet]

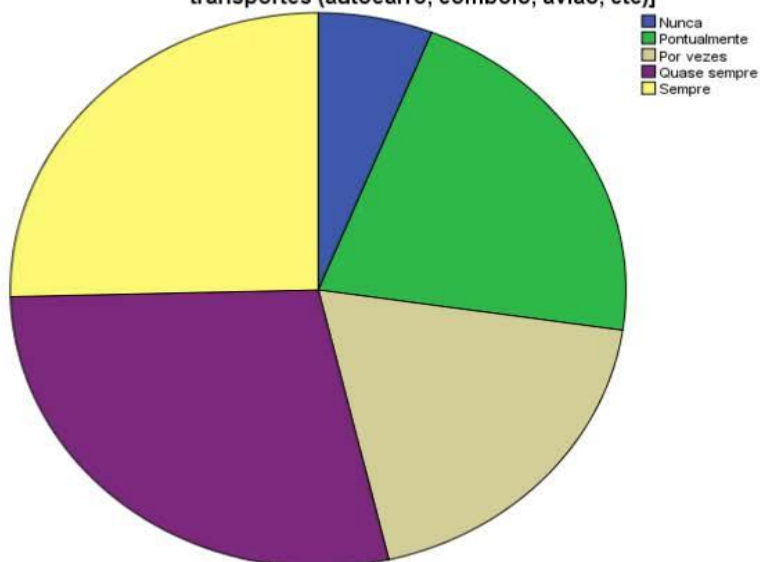


11- [Vejo filmes, documentários, notícias e outros serviços de televisão na internet]

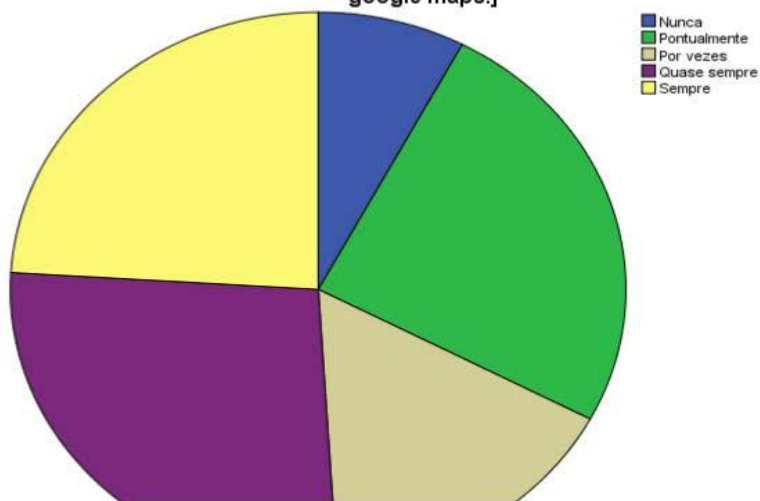




11- [Utilizo a internet para consultar horários e/ou comprar bilhetes de transportes (autocarro, comboio, avião, etc)]

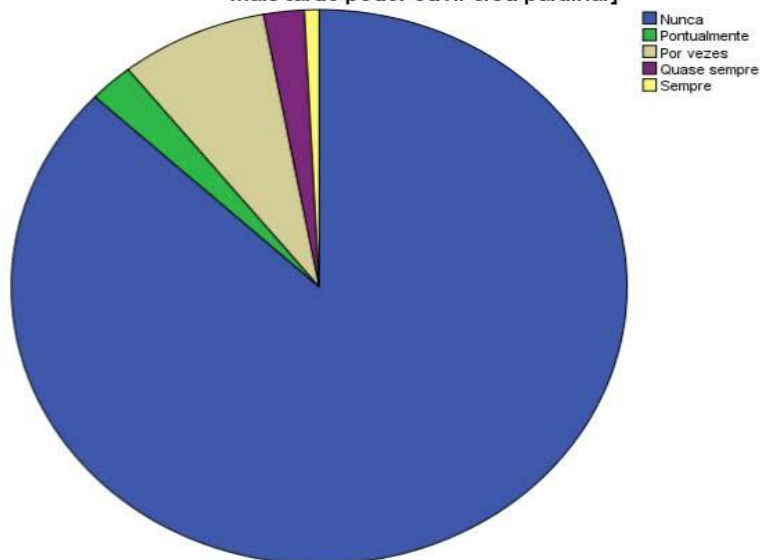


11- [Utilizo o smartphone e/ou computador para consultar mapas, utilizo gps ou google maps.]

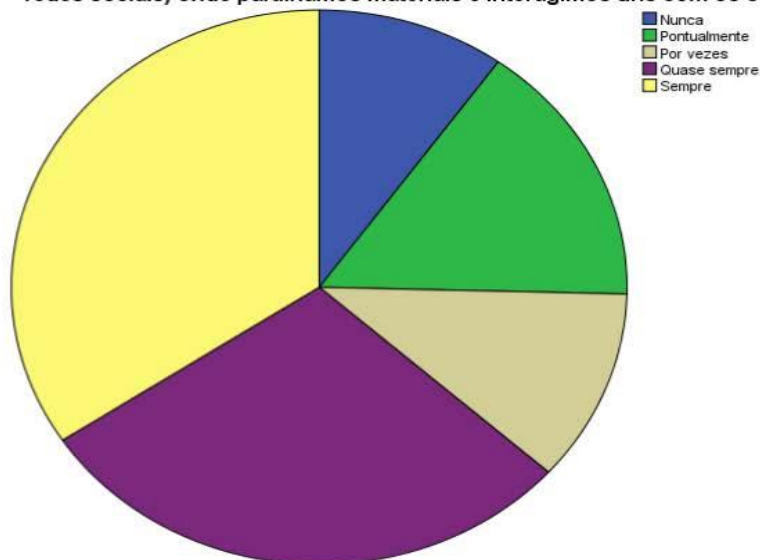




11- [Gravo, sem autorização, as aulas com o smartphone (som e/ou imagem) para mais tarde poder ouvir e/ou partilhar]

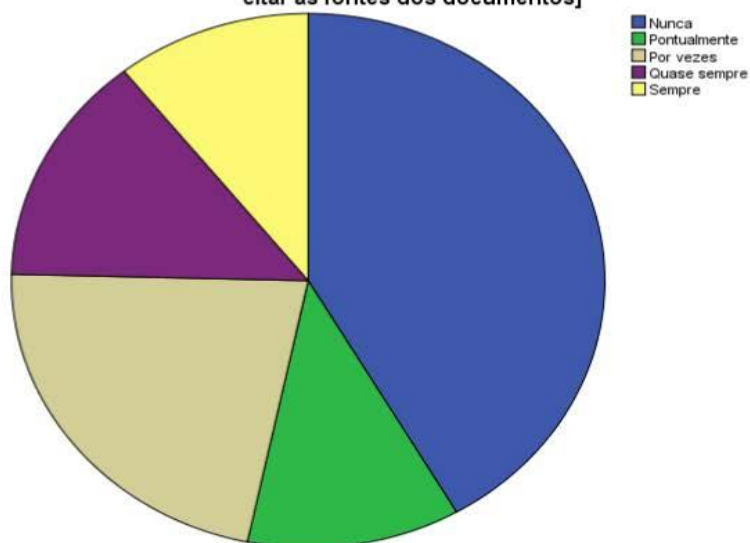


11- [Tenho com os meus colegas grupo(s) privado(s) no Facebook (ou outras redes sociais) onde partilhamos materiais e interagimos uns com os outros]

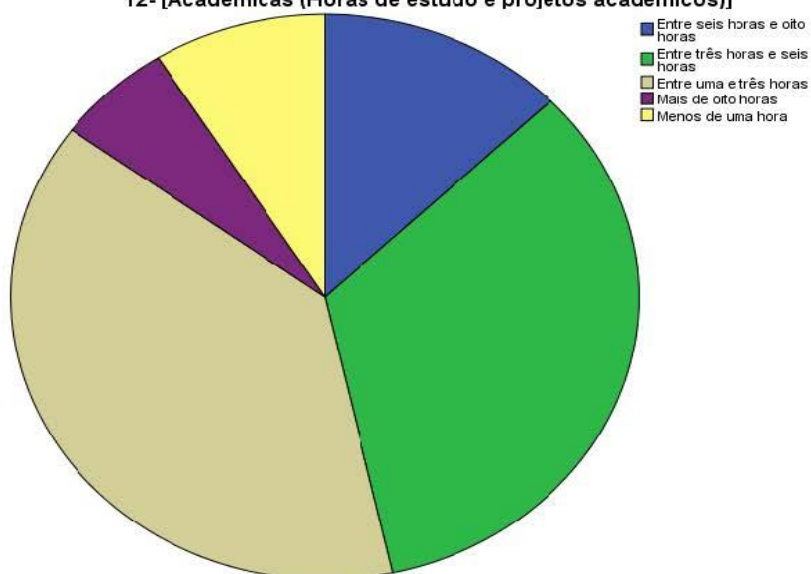


11- [Quando partilho materiais em grupo(s) privado(s) no Facebook (ou outras redes sociais) não tenho cuidado com as questões dos direitos de autor e/ou

redes sociais, não temo cuidado com as questões dos direitos de autor ou
 citar as fontes dos documentos]

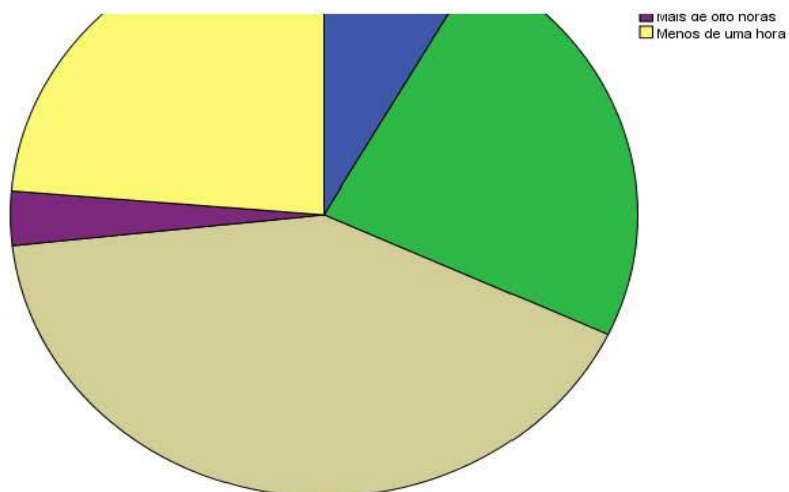


12- [Académicas (Horas de estudo e projetos académicos)]

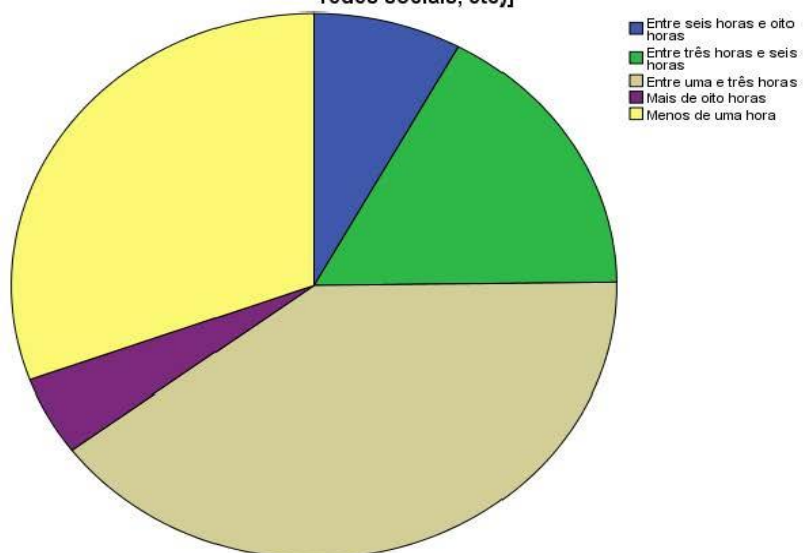


12- [Pessoais (Assistir vídeos, jogar jogos offline, ler jornais, etc)]



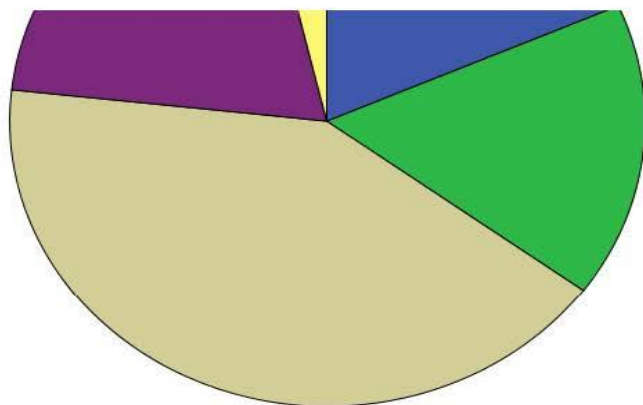


12- [Sociais (Escrever em fóruns de discussão, contactar amigos e/ou família em redes sociais, etc)]

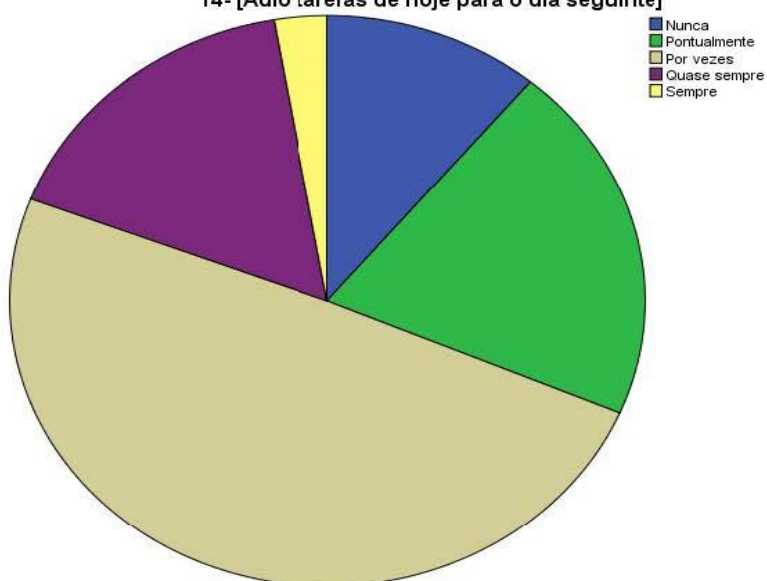


14- [Deixo o que tenho para fazer para a última da hora]

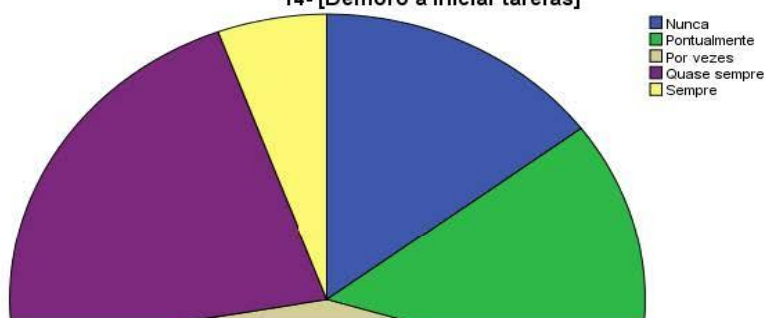


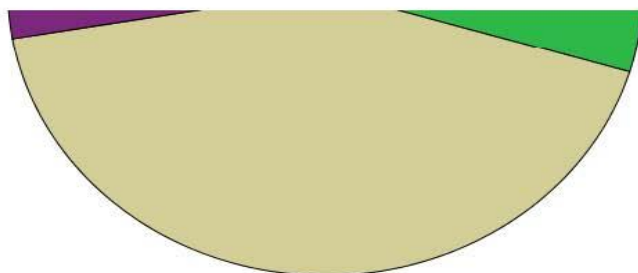


14- [Adio tarefas de hoje para o dia seguinte]

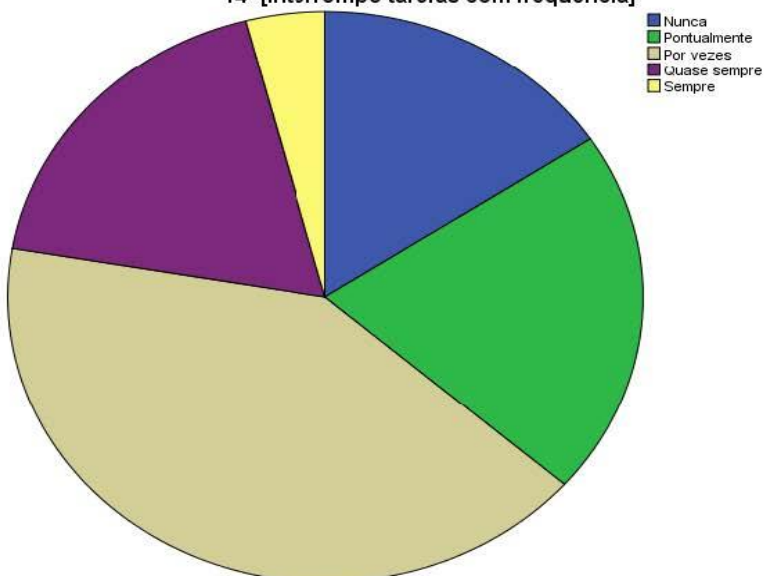


14- [Demoro a iniciar tarefas]

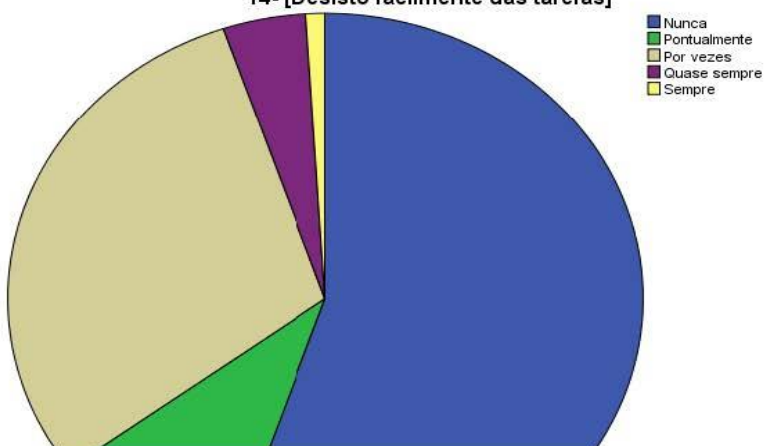




14- [Interrompo tarefas com frequência]

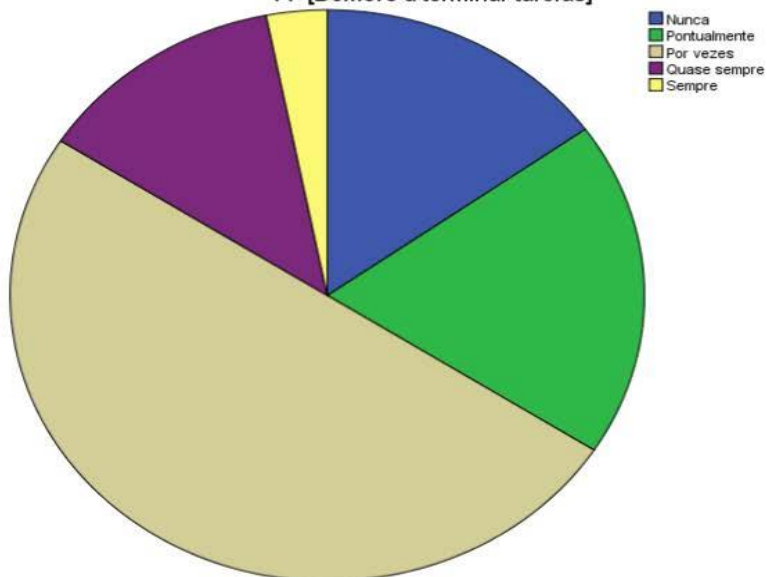


14- [Desisto facilmente das tarefas]

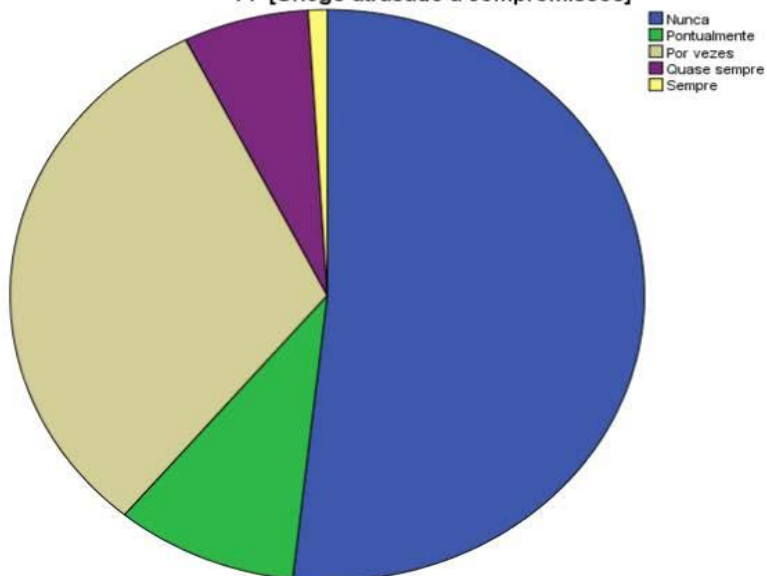




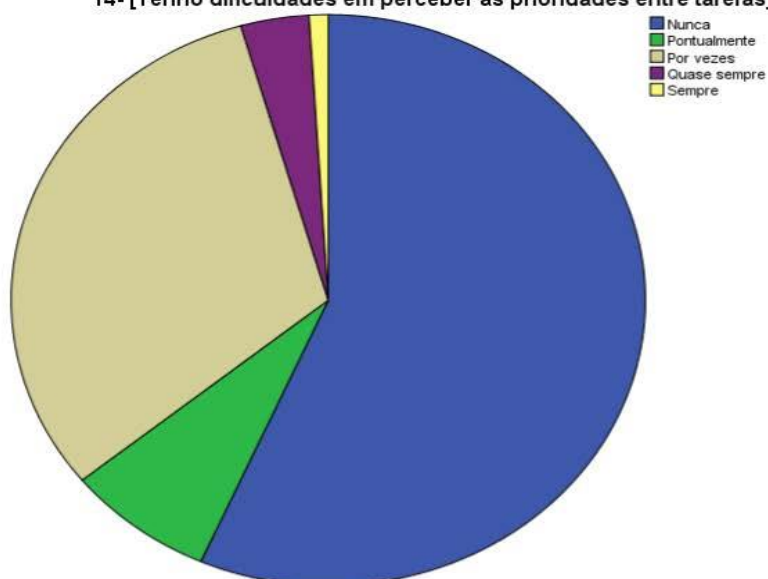
14- [Demoro a terminar tarefas]



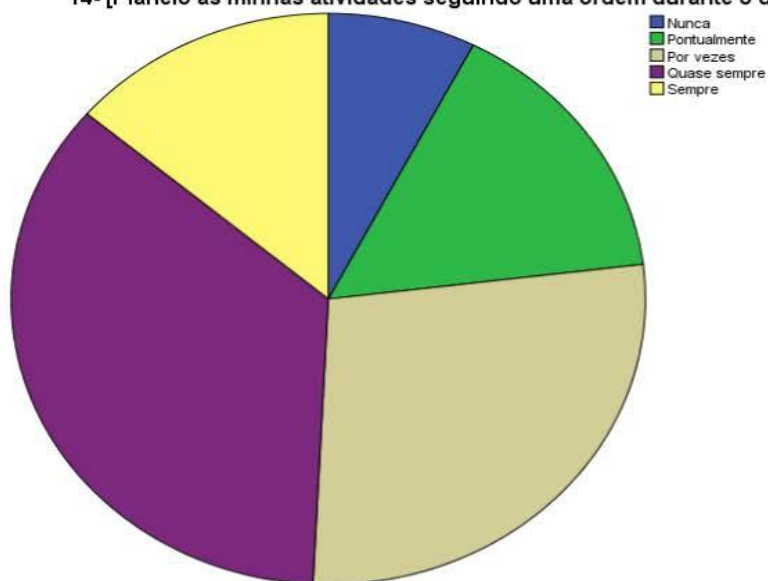
14- [Chego atrasado a compromissos]



14- [Tenho dificuldades em perceber as prioridades entre tarefas]

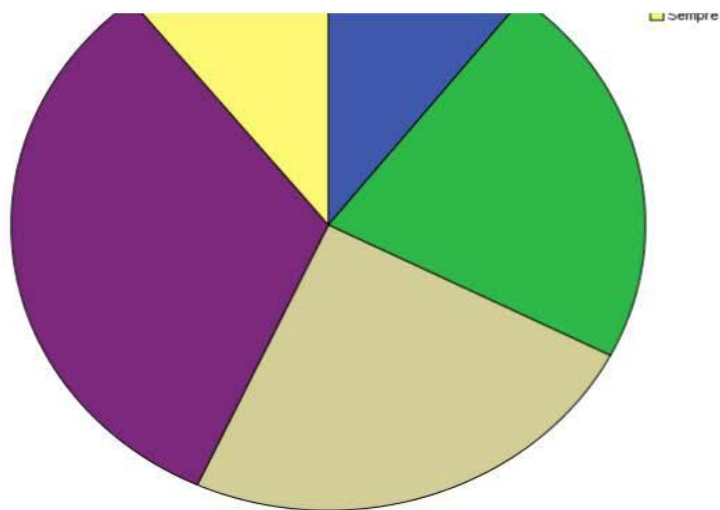


14- [Planeio as minhas atividades seguindo uma ordem durante o dia]

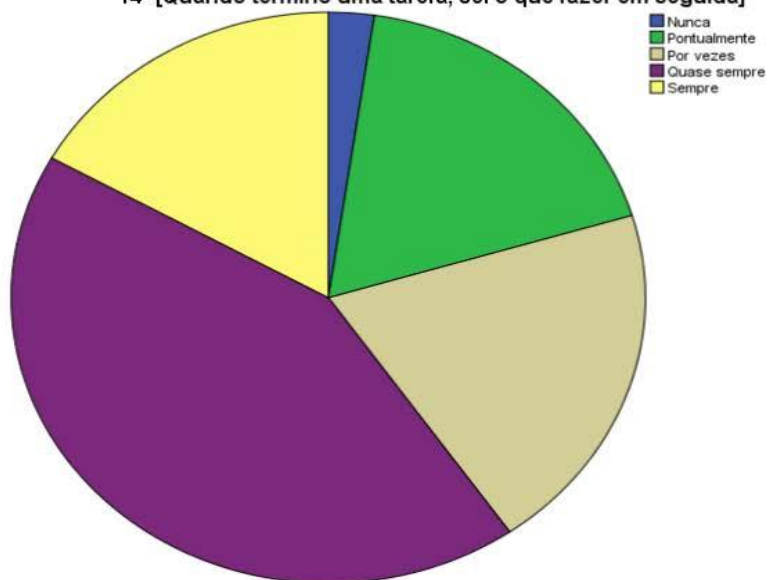


14- [Sigo uma rotina diária]



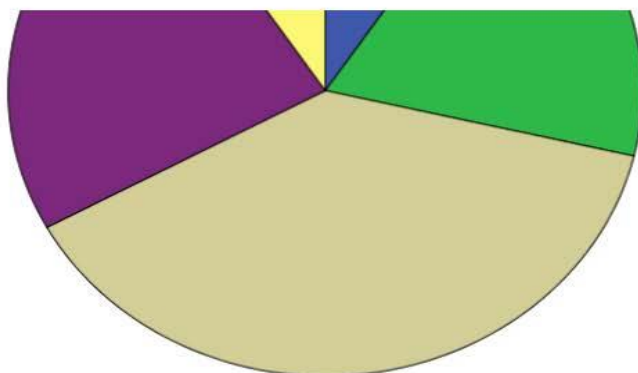


14- [Quando termino uma tarefa, sei o que fazer em seguida]

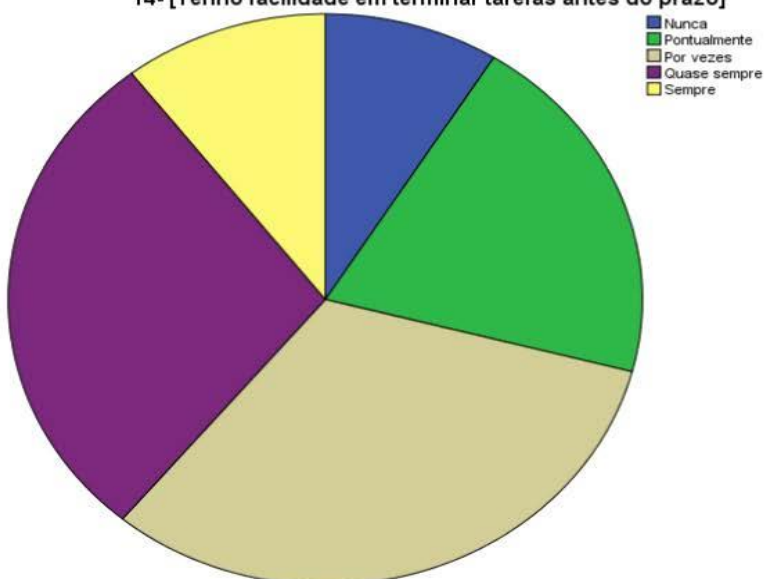


14- [Tenho facilidade em iniciar tarefas]

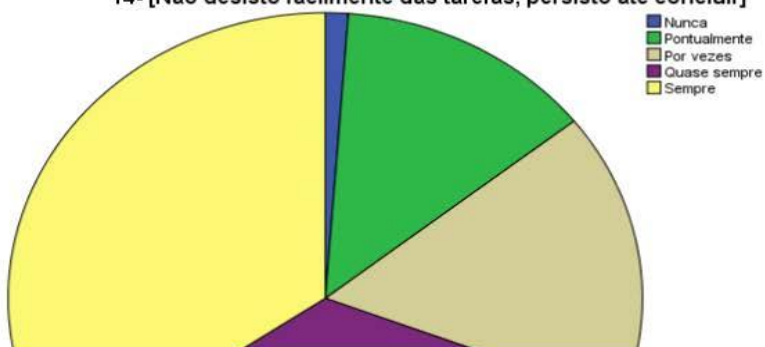


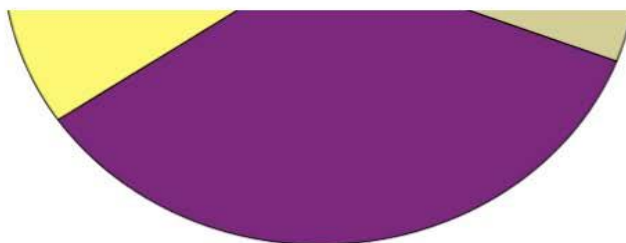


14- [Tenho facilidade em terminar tarefas antes do prazo]

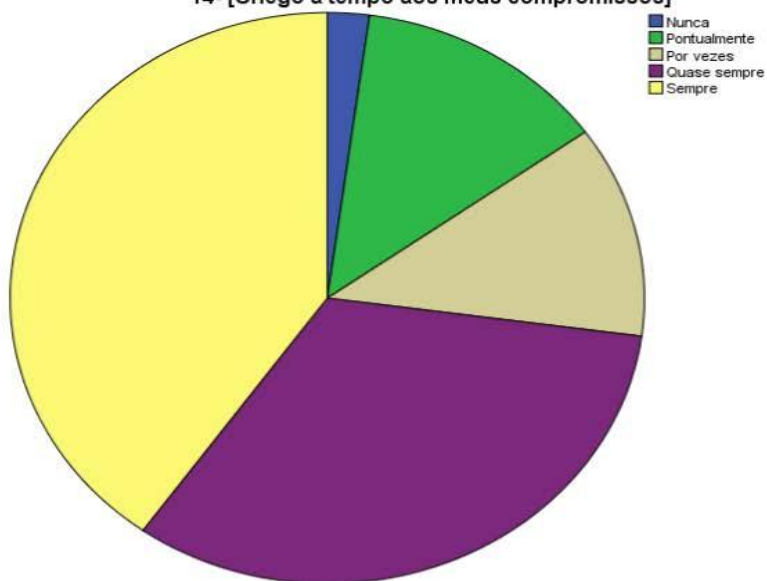


14- [Não desisto facilmente das tarefas, persisto até concluir]

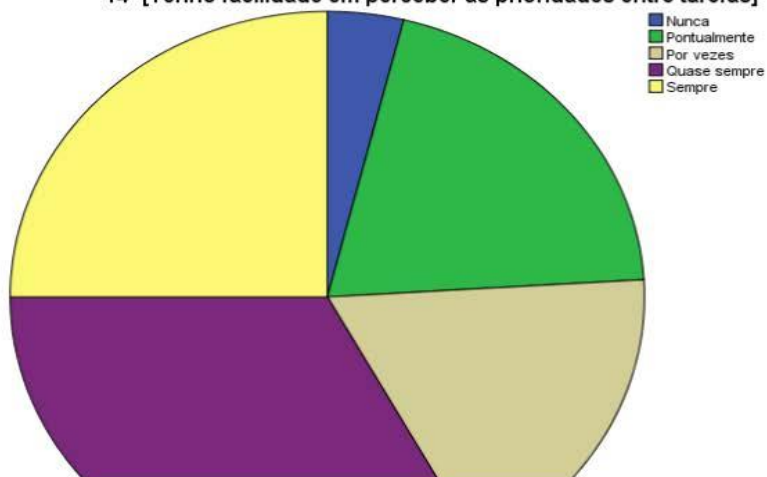




14- [Chego a tempo aos meus compromissos]

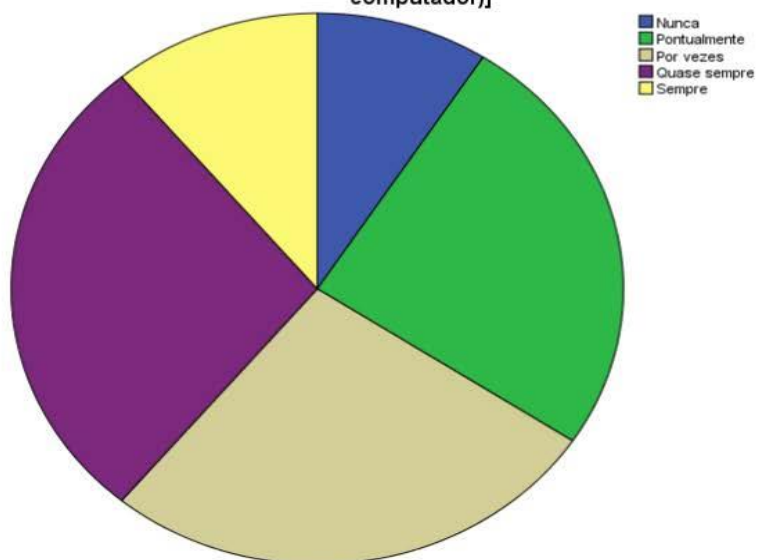


14- [Tenho facilidade em perceber as prioridades entre tarefas]





14- [Tento fazer várias tarefas em simultâneo (tendo várias aplicações abertas no computador)]



Anexo11 – Tabelas de Frequência e Gráficos (P.15 e P.17)

Anexo 11

15- [Scopus]

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Não conheço	361	70,0	70,0	70,0
	Nunca	32	6,2	6,2	76,2
	Pontualmente	41	7,9	7,9	84,1
	Por vezes	40	7,8	7,8	91,9
	Quase sempre	24	4,7	4,7	96,5
	Sempre	18	3,5	3,5	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

15- [Web of Science]

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Não conheço	292	56,6	56,6	56,6
	Nunca	37	7,2	7,2	63,8
	Pontualmente	51	9,9	9,9	73,6
	Por vezes	79	15,3	15,3	89,0
	Quase sempre	36	7,0	7,0	95,9
	Sempre	21	4,1	4,1	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

15- [RCAAP]

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Não conheço	344	66,7	66,7	66,7
	Nunca	30	5,8	5,8	72,5
	Pontualmente	40	7,8	7,8	80,2
	Por vezes	40	7,8	7,8	88,0
	Quase sempre	43	8,3	8,3	96,3
	Sempre	19	3,7	3,7	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

15- [Scimago]

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Não conheço	424	82,2	82,2	82,2
	Nunca	46	8,9	8,9	91,1
	Pontualmente	17	3,3	3,3	94,4
	Por vezes	22	4,3	4,3	98,6
	Quase sempre	4	0,8	0,8	99,4
	Sempre	3	0,6	0,6	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

15- [Mendeley]

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Não conheço	283	54,8	54,8	54,8
	Nunca	48	9,3	9,3	64,1
	Pontualmente	34	6,6	6,6	70,7
	Por vezes	47	9,1	9,1	79,8
	Quase sempre	46	8,9	8,9	88,8
	Sempre	58	11,2	11,2	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

15- [B-on]

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Não conheço	213	41,3	41,3	41,3
	Nunca	36	7,0	7,0	48,3
	Pontualmente	65	12,6	12,6	60,9
	Por vezes	67	13,0	13,0	73,8
	Quase sempre	72	14,0	14,0	87,8
	Sempre	63	12,2	12,2	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

15- [EBSCOhost]

		Frequência	Porcentagem m	Porcentagem m válida	Porcentagem m cumulativa
Válido	Não conheço	391	75,8	75,8	75,8
	Nunca	38	7,4	7,4	83,1
	Pontualmente	28	5,4	5,4	88,6

Por vezes	22	4,3	4,3	92,8
Quase sempre	23	4,5	4,5	97,3
Sempre	14	2,7	2,7	100,0
Total	516	100,0	100,0	

15- [Biblioteca on-line da sua Universidade]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	53	10,3	10,3	10,3
	Nunca	92	17,8	17,8	28,1
	Pontualmente	102	19,8	19,8	47,9
	Por vezes	125	24,2	24,2	72,1
	Quase sempre	86	16,7	16,7	88,8
	Sempre	58	11,2	11,2	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

15- [Outras Bibliotecas on-line]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	80	15,5	15,5	15,5
	Nunca	83	16,1	16,1	31,6
	Pontualmente	101	19,6	19,6	51,2
	Por vezes	135	26,2	26,2	77,3
	Quase sempre	66	12,8	12,8	90,1
	Sempre	51	9,9	9,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

15- [Plataforma de Apoio ao Ensino (Moodle)]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	30	5,8	5,8	5,8
	Nunca	56	10,9	10,9	16,7
	Pontualmente	60	11,6	11,6	28,3
	Por vezes	73	14,1	14,1	42,4
	Quase sempre	117	22,7	22,7	65,1
	Sempre	180	34,9	34,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

15- [Google books]

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Não conheço	61	11,8	11,8	11,8
	Nunca	89	17,2	17,2	29,1
	Pontualmente	115	22,3	22,3	51,4
	Por vezes	117	22,7	22,7	74,0
	Quase sempre	81	15,7	15,7	89,7
	Sempre	53	10,3	10,3	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

17- [Quando uso informação obtida através da Internet

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	7	1,4	1,4	1,4
	Pontualmente	49	9,5	9,5	10,9
	Por vezes	41	7,9	7,9	18,8
	Quase sempre	176	34,1	34,1	52,9
	Sempre	243	47,1	47,1	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

17- [Quando uso informação obtida através da Internet

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	21	4,1	4,1	4,1
	Pontualmente	69	13,4	13,4	17,4
	Por vezes	61	11,8	11,8	29,3
	Quase sempre	159	30,8	30,8	60,1
	Sempre	206	39,9	39,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

17- [Quando leio um documento que obtive na Internet

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	4	0,8	0,8	0,8
	Pontualmente	49	9,5	9,5	10,3
	Por vezes	38	7,4	7,4	17,6
	Quase sempre	184	35,7	35,7	53,3
	Sempre	241	46,7	46,7	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

17- [Utilizo imagens retiradas da Internet para ilustrar os

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	224	43,4	43,4	43,4
	Pontualmente	70	13,6	13,6	57,0
	Por vezes	120	23,3	23,3	80,2
	Quase sempre	67	13,0	13,0	93,2
	Sempre	35	6,8	6,8	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

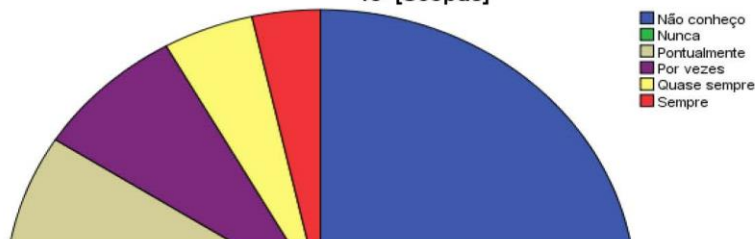
17- [Quando visualizo um vídeo na Internet costumo

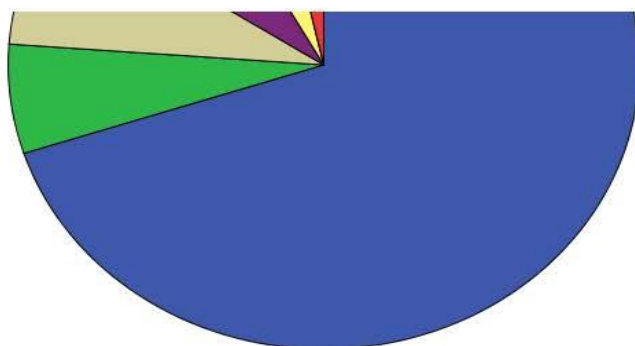
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	29	5,6	5,6	5,6
	Pontualmente	120	23,3	23,3	28,9
	Por vezes	98	19,0	19,0	47,9
	Quase sempre	156	30,2	30,2	78,1
	Sempre	113	21,9	21,9	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

17- [Partilho documentos na Internet (por ex. no meu

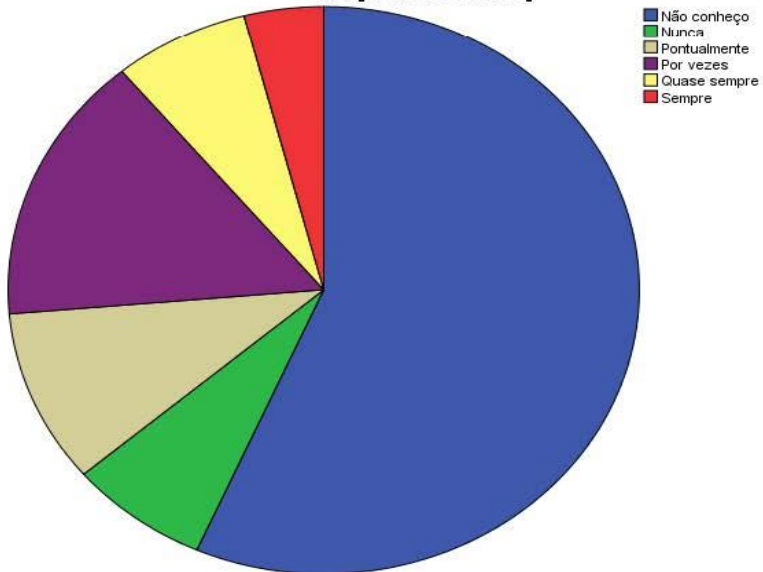
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem	Porcentagem
			m	m válida	m cumulativa
Válido	Nunca	238	46,1	46,1	46,1
	Pontualmente	59	11,4	11,4	57,6
	Por vezes	140	27,1	27,1	84,7
	Quase sempre	61	11,8	11,8	96,5
	Sempre	18	3,5	3,5	100,0
	Total	516	100,0	100,0	

15- [Scopus]

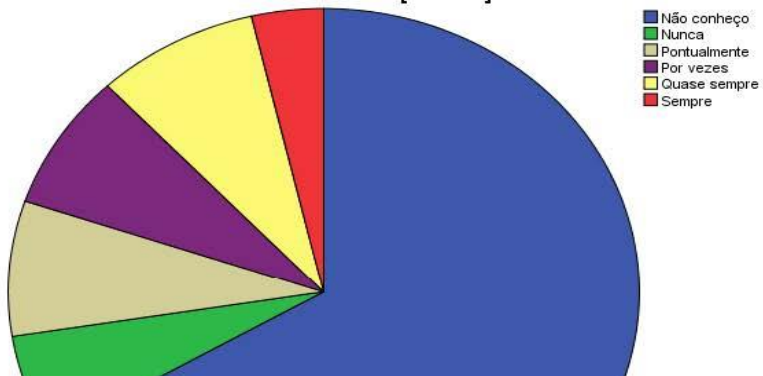


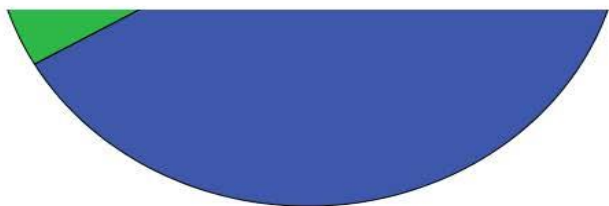


15- [Web of Science]

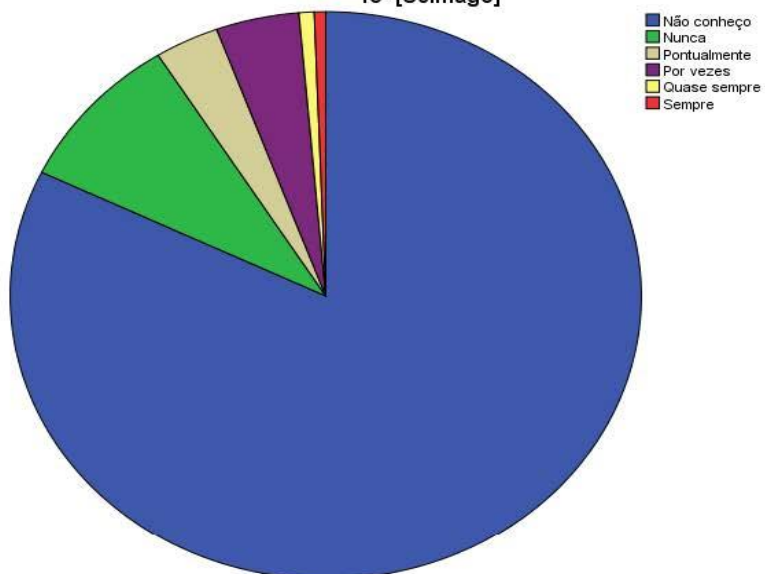


15- [RCAAP]

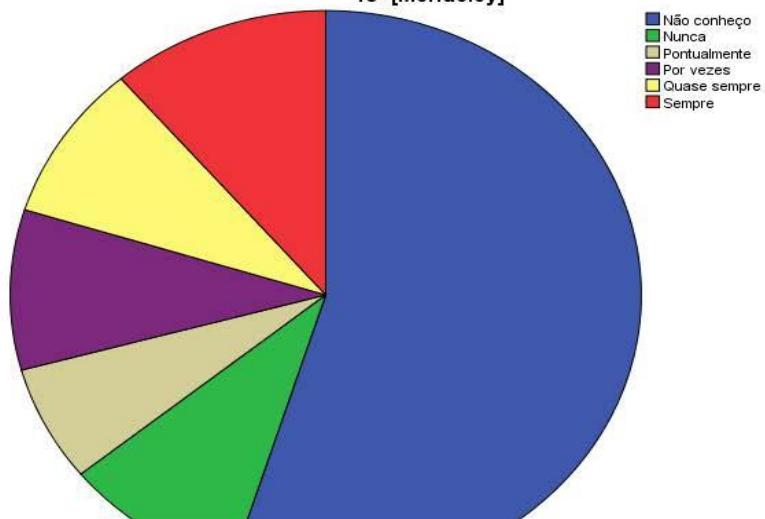


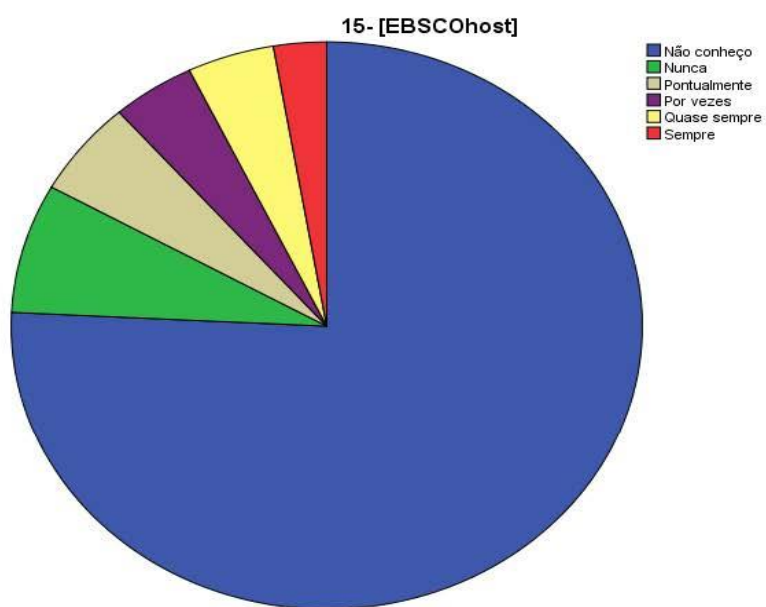
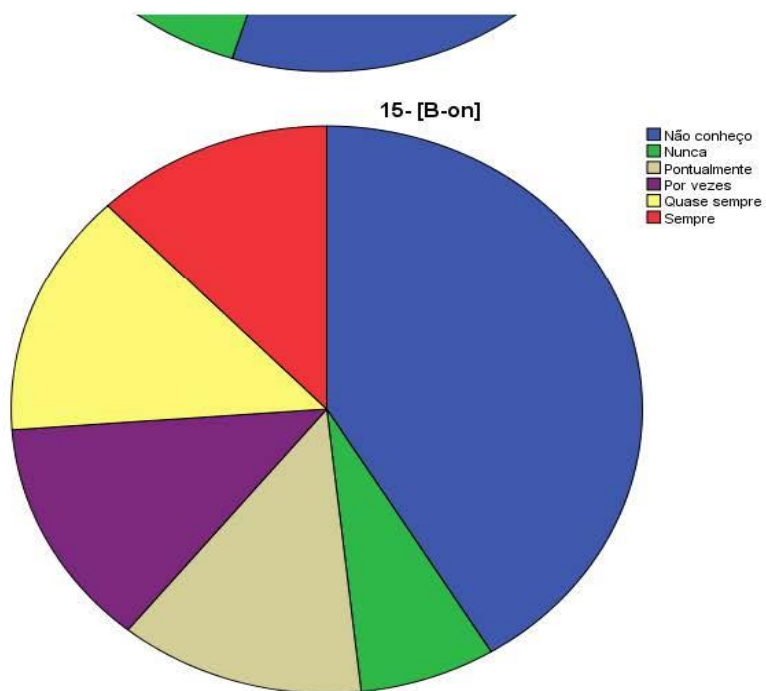


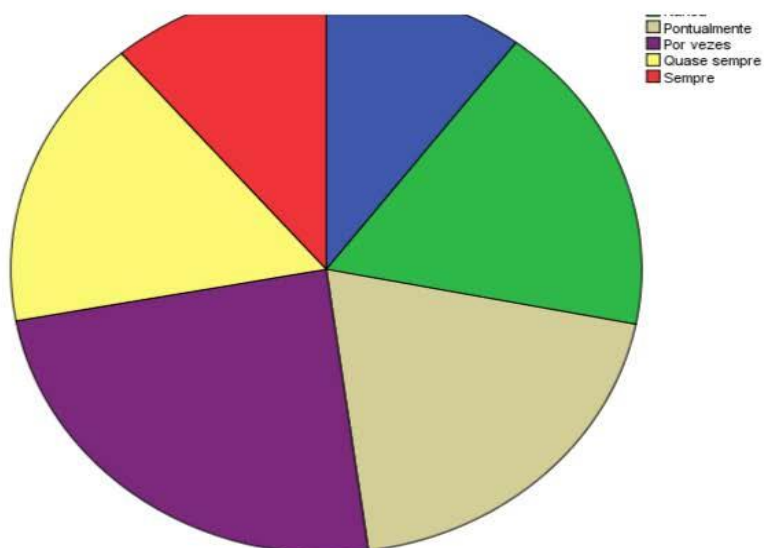
15- [Scimago]



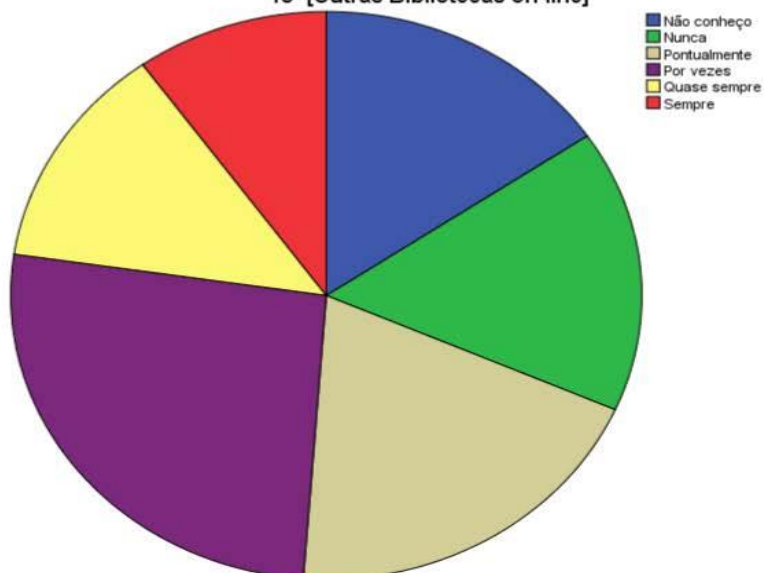
15- [Mendeley]





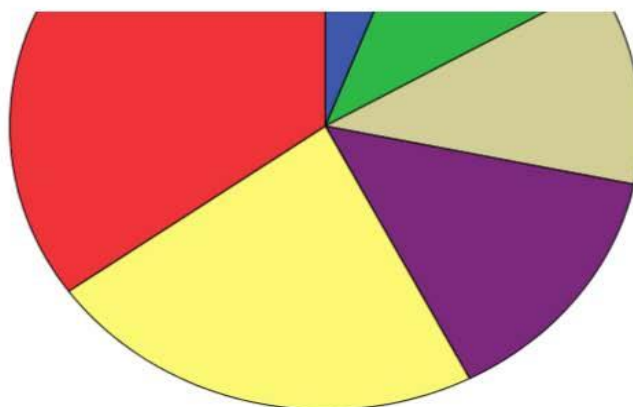


15- [Outras Bibliotecas on-line]

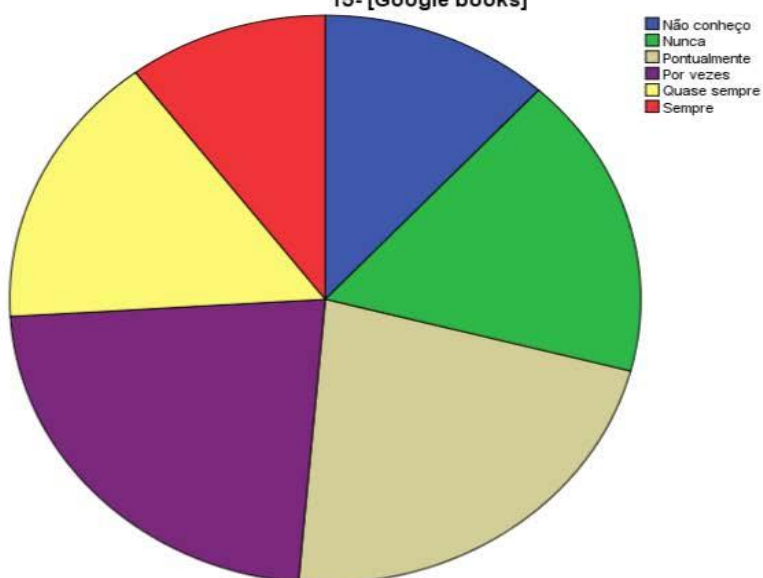


15- [Plataforma de Apoio ao Ensino (Moodle)]

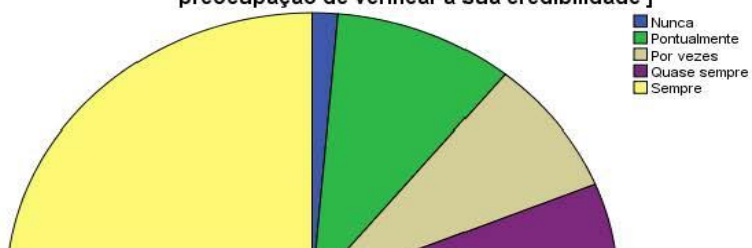


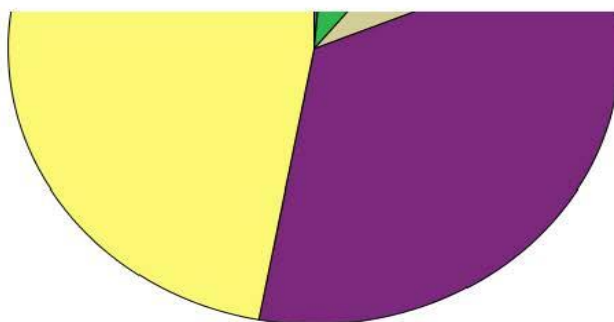


15- [Google books]

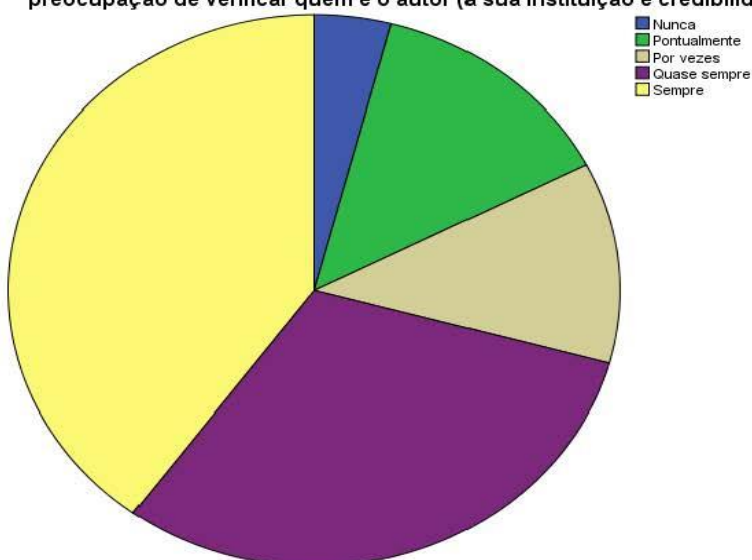


17- [Quando uso informação obtida através da Internet tenho sempre a preocupação de verificar a sua credibilidade]

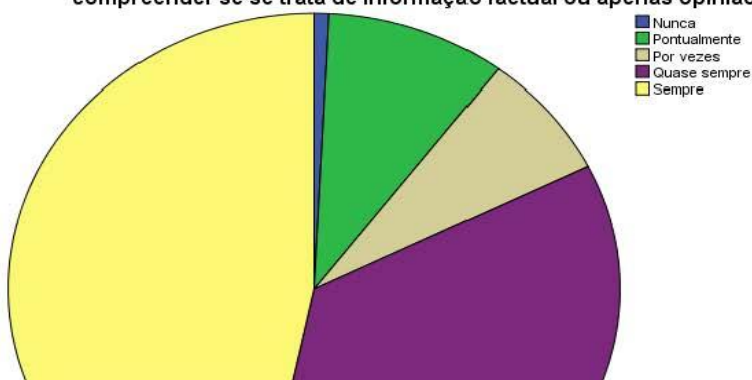


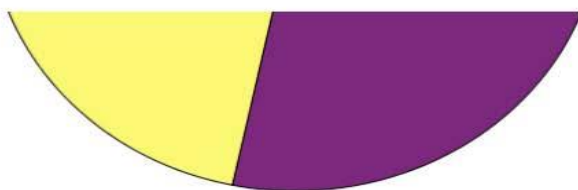


17- [Quando uso informação obtida através da Internet tenho sempre a preocupação de verificar quem é o autor (a sua instituição e credibilidade)]

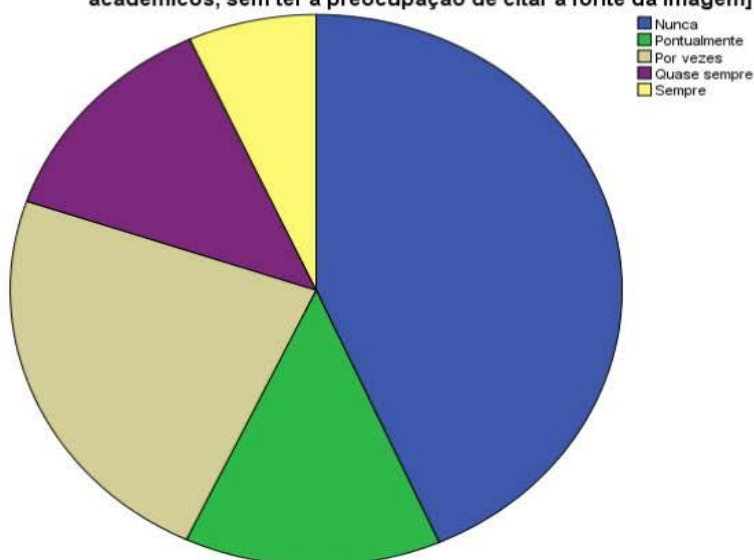


17- [Quando leio um documento que obtive na Internet tento sempre compreender se se trata de informação factual ou apenas opinião]

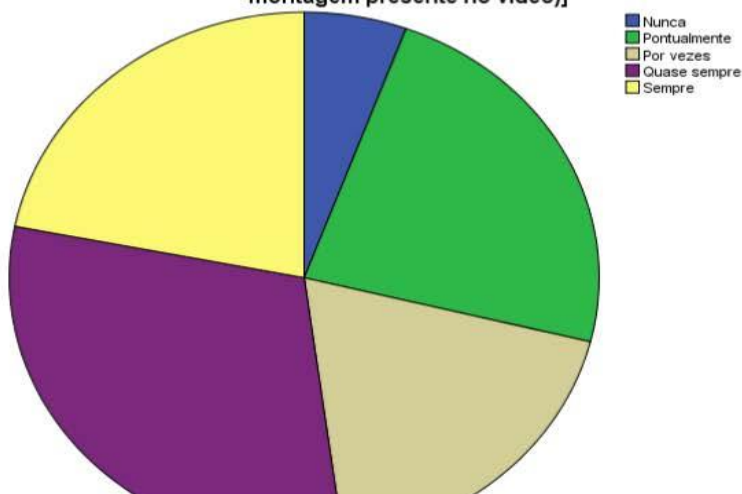




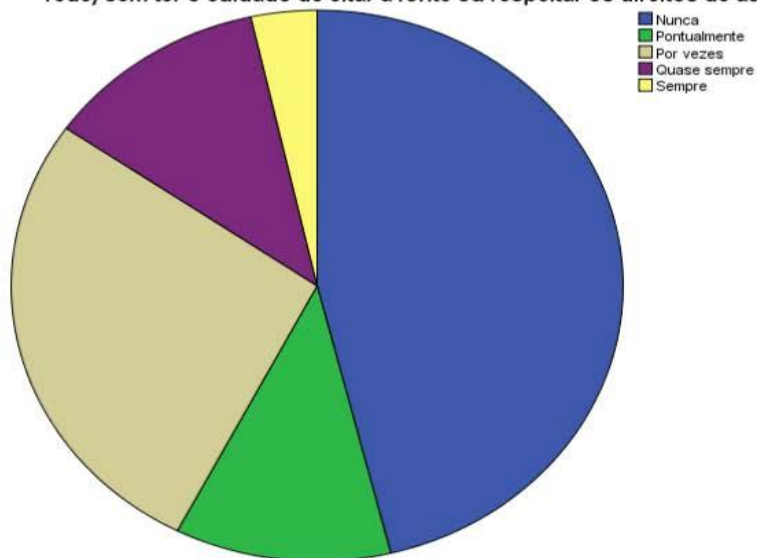
17- [Utilizo imagens retiradas da Internet para ilustrar os meus trabalhos académicos, sem ter a preocupação de citar a fonte da imagem]



17- [Quando visualizo um video na Internet costumo questionar-me sobre a veracidade das imagens (ou seja, questiono-me sobre o grau de manipulação e montagem presente no video)]



17- [Partilho documentos na Internet (por ex. no meu perfil do Facebook ou outra rede) sem ter o cuidado de citar a fonte ou respeitar os direitos de autor]



Anexo12 – Lista de respostas à P.16

Lista de respostas à Pergunta 16 do Questionário

1. YouTube, Stackoverflow
2. Utilizo Scielo e portal de periodicos da CAPES
3. Sublime3 Unity Visual Studio
4. Para alem dos sites referenciados, utilizo o word, agendas virtuais, softwares especificos da minha area - video, nvivo, spss, ...
5. Chrome Jogos RPGS MMOS Photoshop / Illustrator
6. Office (word, excel)
7. UCoimbra
8. Microsoft(Word e Excel) Php Workbench MySQL Xampp PhpMyAdmin Adobe (Premier)
9. Adobe, one drive, e-mail, facebook (para comunicar em trabalhos de grupo)...
10. Academia.edu
11. Sci-hub, libgen, dicionários online
12. Na minha pesquisa uso, pontualmente bases de dados o resto da investigação é feita a partir da leitura de livros , na sua maioria "reais".
13. Pinterest, Wikipedia, YouTube...
14. medscape, pubmed, nature
15. PubMed, Medscape, Medline, Priberam.
16. Elearning
17. Wunderlist Mendeley Google Academic Google Books
18. Excel 2013 Word 2013 <https://elearning.uminho.pt/>
19. Pubmed, Google Scholar.
20. b-on; mendeley
21. Word, SPSS, MaxQDA, Nvivo.
22. Google Scholar, endnote, researchgate, academia-edu, coursera.org, Passei Direto, erudit.org, livrarias online (wook, amazon, book depository).
23. Questionários em linha; software de gestão de dados; de tratamento de imagem, alguns tipo SPSS; Excell, etc.
24. Facebook, GMail, B-On, Google Scholar
25. Sobretudo B-on, RCAAP, google académico, Scielo.
26. Google Académico, NCBI, reddit.
27. Facebook, google, Wikipedia, NCBI, PDF reader, Microsoft word, Microsoft PowerPoint, intranet Escola de Ciências da Saúde da UM
28. Livros, Google que me direciona sempre para o que procuro.
29. Motor de busca google Youtube Autodesk Inventor Autodesk Mechanical Simulation Office (word, excel, etc.) Blackboard Wikipedia Biblioteca UMGuimarães (BPG)
30. Sdum
31. Microsoft word, excel, powerpoint. Internet.
32. zotero, ACM Digital Library
33. Zotero
34. Dropbox, Drive, MatLab, Fusion 360, Adobe reader, TypeMail, Chrome, KiCad, Mozilla Thunderbird, Arduino, BS player, FileZilla, ezVid
35. google drive, google keep, office
36. coggle to organize my tasks and projects (<https://coggle.it/>)
37. Google académico, VPN
38. Estudos de mercado de borla?
39. Wikipedia BioMed Google Académico Google
40. Design Issues The Design Journal Springer Link DESIS Google Scholar Button
41. Google Chrome Word Power Point

42. Science Direct
43. Word Excel Notepad STATA Power Point
44. Foreign policy
45. spss, nvivo, word e excel, Powerpoint (softwares); RCAAP; Be - ON; Jstor;
46. Livros Academia.edu
47. MS Office, NVivo, R, SPSS...
48. Moodle
49. Facebook Chat do Facebook WeTransfer E-mail Moodle Google Académico SIIUE PubMed
50. ERIC, Scopus, Scholar Google, Mendeley. Para trabalhos de grupo, skype, google docs. Para tratamento de dados, SPSS, excel e WebQda.
51. Moodle
52. - Acess - Excel - Filemaker - Programas de genealogia - Zotero (muito utilizado e deveria fazer parte da vossa lista)
53. Jstor, Bibliotecas Universitárias (Toledo, Zaragoza), Bibliotecas Públicas (BNP, BNF, BPE), researchgate, Scielo.
54. Google
55. pesquisa no Google...
56. Google, Google académico, Pintrest, Periberam, google earth, google maps, Bing, Biblioteca Nacional, Biblioteca Gulbenkian
57. Autocad, Photoshop, Mendley, universal maps downloader, google earth
58. NCBI
59. da vinci resolve 12
60. os app são; Google Chrome Safari Microsoft Edge Microsoft Office 365 IDM Google Earth 4.2 ESRI ArcGIS 9.3 - 10.0 Global Mapper 13 QGIS MapInfo Utorrent Periodic Table SIIUE Moodle UE PDF
61. bookzz, 4shared
62. Como ficou assinalado, utilizo, normalmente, o Google ou o Google académico, além de repositórios científicos, seja o geral ou de universidades, incluindo aquela onde frequento o doutoramento.
63. Sibelius Latex Tex Studio Exel
64. google academico researchgate academia.edu flora-on
65. AutoCAD; ArchiCAD; Photoshop; SketchUp; Office; LibreOffice; Bases de dados digitais de Bibliotecas Universitárias, Nacionais e outras, de todo o mundo;
66. Zotero
67. - Software estatístico-matemático: Linguagem R (editor RStudio), SPSS, Excel, Microsoft Equation - Software de texto: Word - Software de imagem: Photoshop, PowerPoint, FastStone Capture - Outros Softwares: Scanner, VDownloader, WinRAR
68. Repositórios específicos das universidades
69. Utilizo, a Lilacs, Medline e Pubmed, a SciELO e outras já referidas em termos de base de dados. Para a realização de trabalhos muitas vezes utilizo o Google Drive para trabalhar em grupo uma vez que permite trabalhar à distância e é muito acessível permitindo que todos os membros modifiquem o texto e realizem as partes em conjunto num só documento para consulta em tempo real.
70. Google
71. Sou estudante de Música, por isso utilizo o Spotify, Youtube e IMSLP com muita frequência para o estudo académico.
72. Moodle da universidade e livros. Por vezes artigos na internet
73. Science Direct, Google Scholar, e Cochrane.
74. SPSS, R, SKYPE, COLIBRI, MOODLE
75. Google
76. Bases de dados

77. Wunderlist- para organização de tarefas e tarefas partilhadas; Pinterest-para pesquisa de imagens e temas; Google Docs- para trabalhos e informações partilhadas;
78. Avisos do Google Académico Páginas de Facebook das áreas em que tenho interesse estudar Pordata INE B-on RCAAP Revistas Académicas da minha área
79. RRUFF data base Raman Data search and storage AutoCAD EndNote Office Photoshop Google Earth
80. Sistemas de informação geográficos (ex: QGis) Análise estatística e tratamento de dados (ex: Excel, SPSS) Pesquisa bibliográfica (ex: Google Académico, Google Books, ResearchGate, ScienceDirect, B-on...) Organização de bibliografia (ex: Mendeley)
81. ChemDraw, Scientific Journals, Artigos em Português, Web of Science
82. Google drive
83. MSOffice Stata SPSS R
84. Google, Google Académico
85. my.ue, wunderlist, mendeley, calendário, notebook
86. Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Audition, Adobe Prémère, Dragon Frame, Processing.
87. SPSS Microsoft Office (Excel e Word) Software @Risk
88. PubMed, Google Académico
89. Google académico, Scielo e RCAAP
90. B-on, Ebsco, Scielo, Google Academic
91. B-on EBSCOhost Web of Science RCAAP
92. mactor e mic-mac
93. powerpoints disponibilizados pelo docente (plataforma moodle), apontamentos de colegas, Google
94. ebscohost
95. word Power point Excel
96. Google Académico
97. Pubmed
98. moodle siue google académico
99. Arquivos e bibliotecas digitais.
100. Softwar R, SPSS
101. scholar google, NCBI /PubMed, qiqqa, programas do microsoft office
102. Utilizo-me do Scholar Google e de periódicos científicos eletrónicos de acesso aberto.
103. Google Académico Google Repositório Digital de Publicações Científicas
104. Google Scholar; ScienceDirect
105. adobe master collection
106. Adobe ilustrator Adobe Photoshop Sketchup Pdf
107. autocad photoshop sketchup vray
108. Utilizo mais o youtube para tutoriais já que o ensino por si só não ensina minimamente, na maior parte das vezes. Moodle, para obtenção de matéria e saber avaliações ou notícias dos professores. Facebook para falar sobre trabalhos de grupo ou partilhar informação importante com o curso. E por fim wikipedia para disciplinas teóricas, embora que raramente.
109. NCBI
110. Word, power point, AutoCAD e Photoshop
111. J-Stor, Google, Google académico, B-on.
112. IBM spss statistics Word Powerpoint
113. Pesquisa comum no Google, Torrents, links partilhados em redes sociais como Tumblr, Nielsen, sites de Universidades estrangeiras com artigos

publicados como o OpenLab da Universidade de Newcastle, Youtube. Costumo basear o meu trabalho académico em fontes estrangeiras, nomeadamente estadunidenses e inglesas.

114. sci-hub é o principal para obter artigos, raramente uso outra plataforma
115. dropbox
116. Whatsapp, Google Académico, Research Gate, Instagram, Pubmed
117. facebook (grupos de núcleos e comissões de estudante, grupos da área de estudo, de voluntariado e actividades culturais), email, moodle, spotify, popcorn, mendeley, google académico, microsoft office, google calendário, torrents, entre outras.
118. LinkedIn, TeXmaker, Xmind, Teamspeak, f.lux, Gyazo, Dropbox, OneDrive, Google Drive
119. Readcube; endnote; pdf; word; sigmaplot; excel; power point; internet explore.
120. Messenger do Facebook, e-mail, whatsapp, Google
121. A internet, nomeadamente para aceder a informação em vários sites e ao moodle
122. Google Académico; Researchgate; Wikipédia; Youtube; Fóruns
123. Elearning (Moodle)
124. e-learning mail da ua
125. APP da Universidade de Aveiro PACO Plataforma de Apoio ao Ensino (Elearning) Bibliotecas On-line
126. Elearning
127. Moodle, google, wikipédia, livros/documentos online ...
128. o que mais uso é o google, a partir daí vou ter a outras plataformas. O wikipédia é muito referenciado, mas como não é uma base fidedigna, para trabalhos universitários, vou sempre procurar a fidelidade da informação e nunca o uso (wikipedia) nas referencias bibliográficas
129. moodle paco email excel word Google
130. SPSS EXEL WORD POWER POINT INE PORDATA
131. Sendo de letras utilizo LIVROS!!!!
132. cmap, spss
133. www.stackoverflow.com/ - melhor fórum para aprender/melhorar programação www.w3schools.com/ - melhor site para aprender/ter como referência linguagens web
134. Microsoft Word, Latex
135. Costumo utilizar o Calendário Google (app) para gestão de tempo/tarefas, rotina e lembretes e UAmobile (app) para consulta de horário, propinas, ementa e avaliações.
136. Google académico
137. Google Email Wikipédia PorData
138. Youtube
139. science direct
140. LibreOffice, Debian, VirtualBox, Gns
141. Google scholar
142. ua mobile
143. Mendeley Academia.edu Google académico
144. Facebook e-mail wikipedia web of science moodle
145. Microsoft Office
146. KhanAcademy, WolframAlpha
147. b-on, Web of science, google académico, mendeley. bibliotecas universitárias/municipais
148. Scopus; RIA-UA; biblioteca on-line

149. Apontamentos de aulas e os slides que são disponibilizados e exercícios.
150. Whatsapp, IMO, Facebook, SPSS, WEQDA,
151. Utilizo o SPSS, RIA, RCCAP, Mendeley.
152. Notefolio Office
153. Software GoeGebra Excel Word SPSS
154. Pagina da Universidade de Evora, software (autoCad, Office, Wimp...)
155. Google, Google académico
156. wikipedia, google scholar, stackoverflow
157. Google
158. Wikipédia, My Study Life, Acrobat Reader, Moodle, MalMath
159. Softwares de programação
160. Google académico
161. Scielo, Redalyc, Dropbox
162. IDE, Repositórios de código-fonte, MySQL Workbench
163. Software: Excel, word, PowerPoint, projecto, f-tool, sap2000, AutoCAD, revit, arkgis, calendário, ticonnect Calculadoras: ti-84 plus, ti200 Livros técnicos
164. SPSS; Matlab, Software estatístico R
165. EndNote, google académico, Biblioteca da Universidade
166. Word, power point
167. Google (docs/scholar), researchgate, academia, youtube
168. Moodle
169. DreamSpark.
170. Gestis Substance Database Nesti.gov/chemistry pubchem quemsketch
171. Google Scholar,
172. Base de Dados da EFDeportes, Google Académico e SciELO
173. Word Pdf Drive
174. Leo.org dictionary.com
175. google académico e academia.edu
176. Em algumas vezes o SPSS.
177. Office, mathematica, lispice, notepad++.
178. NIST Webbook MS Office (Excel, Word, PowerPoint)
179. Pesquisa google e wikipedia
180. Utilizo muito o ResearchGate devido à facilidade em ter acesso a artigos científicos, bem como pelos fóruns, onde muitas vezes são colocadas questões que podem coincidir com as minhas e são uma boa forma de aceder a publicações recomendadas por outros investigadores que outrora partilharam das minhas dificuldades. Utilizo também o Google "normal" para pesquisas rápidas sobre questões pontuais, bem como o google académico para pesquisa de publicações científicas. Por fim, uso muito bases de dados com as propriedades e informações de compostos químicos.
181. Google scholar, Researchgate.
182. google académico, scielo, sci-hub
183. APA scielo google rcaap b on repositórios das universidades pepsic medline redilyc
184. Utilizo sites e tutoriais (no YouTube, etc.), que ajudam a ultrapassar as minhas dificuldades.
185. Google scholar e B-on.
186. <http://academic.research.microsoft.com/> - util como o google schoola mas pode citar outras fontes
187. Microsoft Office, Visual Studio, Notepad++, Xampp, EasyPHP
188. google académico wikipedia b-on
189. Cram, Pons, Google Scholar

- 190. Base de dados da Science Direct.
- 191. Taylor and Francis online; Repositórios de livre acesso, como Scielo; Artigos que as Revistas disponibilizam gratuitamente; Documentos disponibilizados pelas universidades, ou pelos autores nas suas páginas pessoais.
- 192. Correio eletrónico (Outlook), Microsoft office (Word, Excel e PowerPoint), Mendeley, Google, Google académico, Google tradutor, Google Drive, Acrobat Reader, Dropbox, Scopus e Youtube.
- 193. google, wikipedia
- 194. Pubmed, google scholar.

Anexo13 – Listas de respostas à P.19

Lista de respostas à Pergunta 19 do Questionário

1. Ver videos, assistir filmes, ver jornais online e ouvir musica (youtube)
2. Faço tudo o que não devo ou é suposto ('brincar'). Trabalhar tá quieto
3. O meu tempo online, quando não destinado ao trabalho, é destinado ao visionamento de filmes e series, à comunicação com outras pessoas, principalmente amigos, à partilha de fotografias e tweets (utilização intensa nas redes sociais), à leitura de artigos ou páginas do Wikipedia que incidam em temas do meu interesse, à procura de produtos que desejo comprar (livros, filmes ou roupa), à descoberta de novas músicas, à utilização de jogos de quizzes (cultura geral), etc.
4. 9GAG, ver filmes/séries e ler e-books.
5. Imergir em realidades alternativas, viajar pelos meus pensamentos e procurar respostas às minhas muitas questões! :)
6. Redes sociais (facebook, instagram)
7. Geralmente, aquilo que mais me consome tempo na Internet são as notícias do Mundo e pesquisas que costumo fazer sobre assuntos que me interessam (p.e. política).
8. Uso muito e gasto muito tempo por skype, whatsapp, facebook (Chat group, video call) porque sou estrangeira. Obrigada pelo questionário porque adorei de responder isto corresponde quase todas as minhas atividades diária. :) Bom trabalho :)
9. Jogos online como LOL, facebook (comunicação principalmente)
10. Normalmente entre visualizar produto audiovisual e ler.
11. Consumo mais tempo em jogos e a ler notícias.
12. Videos de YouTubers, blogs
13. Youtube
14. Facebook, Instagram, Spotify.
15. Youtube
16. A minha utilização da internet é quase sempre relacionada com trabalho. Para fins de lazer só utilizo o facebook no qual 'navego' durante uns minutos (tempo variável) antes de começar a estudar. De resto, leio artigos de opinião e pouco mais. Aproveito para justificar Pergunta 8: Embora utilize a internet a qualquer hora do dia não estou sempre ligada, depende do meu horário de trabalho. Pergunta 9: a utilização do youtube prende-se a motivos profissionais.
17. Consumo mais tempo no facebook, a ver posts de amigos.
18. A minha experiência on-line para fins de lazer e diversão é aceder ao Facebook e interagir com amigos e estar a par das novidades. Também costumo utilizar o site YouTube para ouvir música e assistir a videos.
19. Fantasy premier league
20. Gosto de ver séries. Consigo estar sempre a par dos episódios que vão saindo (às vezes com temporadas de avanço) e vejo séries que nem sequer passam em Portugal.
21. ouvir música
22. Tecnologia; software; notícias; promoções; meteorologia, musica, etc
23. Em termos de lazer online, a maioria do tempo que gasto é a jogar online ou a ver vídeos sobre as atividades desportivas que gosto de pratica: futebol, e neste caso é só para me manter informado; skate, para aprender truques e melhorar o meu desempenho.
24. Redes sociais.
25. Sobretudo vídeos no youtube, notícias, download de séries e filmes.
26. Chats online ocupam a maior parte do tempo. Sites semelhantes ao Tinder também ocupam bastante tempo quando se está à procura de uma one-night stand.
27. Assistir a Animes e séries, jogos, 9gag
28. A maior parte do tempo gasto em lazer na internet é dirigido a séries e seguidamente a videos de youtubers específicos de gostos pessoais e cómicos.
29. Falar com pessoas diferentes, Chat para conhecer novas pessoas.
30. youtube, vídeos cómicos, informativos ou jogos... Facebook, conversar, partilhar informação ou documentos..

31. filmes e notícias
32. Facebook, Youtube: vídeos de música, karaoke, culinária (decoração pastelaria), paródias da Disney. Download de filmes e séries.
33. Falar com os meus colegas
34. Filmes, redes sociais (facebook), series, artigos, notícias, vídeos cómicos, e-mail.
35. vídeos com piadas e jogos online, para relaxar
36. Game of Thrones as begun!!!! =D
37. Não gosto de utilizar a internet para lazer e diversão.
38. Gosto de pesquisar e saber mais sobre os temas relacionados com os meus interesses pessoais
39. O que mais faço on-line: ver vídeos no youtube; pesquisa de músicas; ouvir música; falar com os amigos
40. Ganhar dinheiro
41. Utilizo muito o Facebook. Gosto muito de utilizar o youtube para ouvir musica e ver vídeos de programas que não passam em Portugal de artistas que gosto. Quando tenho tempo livre gosto de ver filmes e séries em sites de stream.
42. Ver filmes e séries Ler
43. Facebook, e-mail e youtube
44. Saltitar de aplicação em aplicação
45. Consultar sites de informação noticiosa
46. Ver sites de musica, viagens e desporto
47. Noticias, blogs, programas
48. oiço musica no youtube, colocando os videoclips das músicas; vou ao facebook e leio artigos sobre os meus interesses na wikipédia. vou a sites de lojas on-line vêr as últimas novidades e frequento o google maps para ver fotografias de locais onde gostaria de um dia visitar, ou coloco no google imagens.
49. A minha experiencia on-line baseia-se apenas geralmente para fins de pesquisa.
50. Filmes/séries no Youtube, MOOCs no edX e Coursera, notícias em jornais online, reportagens canias online, curiosidades,..
51. O que mais faço é navegar por o facebook. Por vezes, tenho também o interesse em aprender algo novo e vejo bastante notícias online, etc.
52. Utilizo aplicações e sites de leitura de livros e outros, como o Wattpad.
53. Compras on-line Sites de lojas de roupa (zara, mango...)
54. Séries online (GoT, DC, etc) Youtube: Pewdiepie maior partes das vezes MangaHere: Ler Manga 9gag.com
55. Aquilo que me consome mais tempo é ver vídeos no youtube e ver as séries, que neste caso, faço download. Estar sempre em contacto com os meus amigos nos chats também despende muito tempo.
56. Verifico os posts dos amigos no Facebook e Instagram.
57. Uso pouco a web para lazer e diversão. Vou acompanhando o facebook, algumas lojas de moda, mas não muito, recebo newsletters de promoções. Uso mais para falar com familia.
58. Este questionário está muito massudo. Dificilmente todas as pessoas terão paciência para lerem e responderem a tudo mas boa sorte. Para a próxima meta mais escolha múltipla e não itens de seleção
59. procura de emprego; ouvir música; pesquisar informações.
60. As tarefas académicas deixam-me muito pouco tempo para fins de lazer e diversão.
61. O tempo que passo online não é, na sua maioria, de lazer e de diversão. Sou estudante de doutoramento (a única aluna da minha turma) e trabalho (sou professora), por isso, não tenho muito tempo para diversões online. Mas, quando dá, gosto de ouvir música e ver vídeos de música no youtube.
62. Uso mais o whatsapp para falar com a minha família que está longe. Uso snapchat e Instagram para diversão.

63. Procuro sempre algo ligado aos meus interesses: Arquitectura, desenho e design gráfico, viagens, motociclismo.
64. Para lazer e diversão uso maioritariamente o facebook, tanto para falar com amigos, como para ler notícias dos jornais. Vejo ainda vídeos com conteúdo cómico, filmes e séries.
65. ver jornais e revistas
66. Gosto de ler jornais desportivos, aceder ao mail e ao Facebook e ouvir música no Youtube ou no MEO Music.
67. humor e para satisfação de diferentes interesses pessoais.
68. sobretudo à noite dispendo algum tempo a ver séries e filmes.
69. A experiência on-line para lazer e diversão é reduzida, limitada sobretudo à visualização de documentários que, normalmente, não é possível encontrar noutra suportes.
70. maioritariamente séries televisivas (históricas, de ficção/fantasia ou comédia)
71. Filmes e séries em sites de stream (não tenho televisão em casa);
72. Lazer e diversão: filmes sobre a vida na animal no Youtube, consulto o site Noticias ao Minuto, jogo (máximo 30 minutos/dia) sudoku e unblock king.
73. Normalmente utilizo as redes sociais para procurar notícias publicadas nas minhas áreas de interesse, artigos ou blogues sobre alguém que trabalha na mesma área que eu, partilho na maioria das vezes notícias de estudos realizados, artigos escritos na área da psicologia, saúde (...) ou até vídeos através do youtube ou Tedtalks.
74. Jogos , adoro jogos, destroem-me a vida ,, mas pronto socorro
75. Passo muito tempo a ver trabalhos de artistas no Tumblr e a partilhar os meus. Uso os blogs do Sapo e mantenho um blog pessoal, além de ter contacto com outros blogs. Jogo online e descarrego alguns jogos offline para jogar. Acompanho algumas séries pelo Youtube e Dailymotion.
76. Já há alguns anos que deixei de jogar online ou offline (não tenho jogos instalados, nem no portátil nem no smartphone). No entanto, passo muito tempo a ler revistas online e blogs, a fazer pesquisas (às vezes por lazer) e no facebook e youtube, descobrindo novas músicas, vídeos de dança, e vídeos cómicos.
77. Para fins de lazer on-line, a única função que utilizo é o face-book. Aí procuro perfis de pessoas conhecidas que não vejo habitualmente, páginas de política local e nacional, artigos de jornais relacionados com política nacional, páginas e artigos de tauromaquia.
78. It is fun and time passing. More pleasure is when..Talking with family and friends that are living far away from us. Facebook and twitter consume time, sometimes its only wasting your time.
79. Escutar musicas
80. Blogs pessoais, com histórias pessoais como "a mãe é que sabe" ou o "trapezio sem rede" a fim de descontrair e ter leituras despreocupadas.
81. Ir ao Facebook, conversar com amigos que estão longe, ver publicações de páginas que gosto. Escrever no blog. Ver vídeos educativos (TED Talk por exemplo), vídeos de youtubers que sigo. Pinterest. Tumblr. Wehearted. Ver filmes e séries. Às vezes jogar no facebook.
82. As 3 coisas em que mais tempo gasto on-line para fins de lazer são a ver Vídeos de Entrevistas ex: Maluco Beleza do Rui Unas; Vídeos cómico-criticos ex: Mõce dum Cabréste e Pesquisa sobre ténicas de hobby's pessoais.
83. Utilizo maioritariamente o facebook para fins recreativos, não tenho por hábito utilizar outros sites para lazer e diversão. Uma vez que passo algumas horas em frente ao computador para fins académicos, prefiro passar as horas de lazer sem estar muito tempo à frente do mesmo.
84. Facebook, consome mais tempo, infopédia, google tradutor, artigos cinetífico, jogos on-line, jogar as cartas, e ainda mais
85. Ver séries que não estão disponíveis na televisão
86. Pesquisas académicas
87. Redes sociais

88. O que prefiro fazer é utilizar o Youtube para ouvir música, o Facebook para conversar e aceder a informação (sigo várias páginas de informação e notícias, de vários assuntos) e o Tumblr para um pouco de tudo isto (música, fotografia, conversar, informação, partilha de experiências...).
89. Consumo mais tempo em chamadas de vídeo pessoais através do Skype.
90. Ver séries, jogar League of Legends e World of Warcraft.
91. Ouvir música
92. vejo noticias em sptnik brasil, club k, Yahoo brasil e filmes no youtube
93. Videochamadas Facebook
94. Jogo online Hearthstone; Vejo séries; Pesquisa assuntos que me interessam.
95. Para fins de lazer, o que me consome mais tempo é o chat com os amigos, entre conversas aleatórias e combinar saídas. Também vejo muitos filmes e séries em sites online.
96. Pesquisa de informação sobre desporto e viagens.
97. Passo algum tempo a falar com os meus familiares que estão noutra país. É através da internet que entro em contacto com os meus amigos e combinamos as horas a que nos encontramos. Por fim, gosto muito de ouvir música e a maior parte do tempo que estou na internet nem estou a olhar para o iPhone ou pc, estou apenas a ouvir música.
98. Videos de dança no youtube e chats de grupos (messenger do facebook)
99. Ver vídeos de moda e beleza no YouTube, ver fotografias no Instagram e ver ideias de culinária no YouTube e Pintrest
100. Assisto a muitos jogos de futebol através da Internet, nomeadamente através do site (First Row)
101. Música, séries, filmes e documentários.
102. facebook, youtube (essencialmente música), por vezes, apps de jogos no smartphone
103. Leitura Académica e Pessoal.
104. Costumo consultar sites de emissoras televisivas para ter conhecimento das opções de lazer da localidade ou sites específicos sobre diversão, lazer e turismo.
105. O que me consome mais tempo é ver séries e quando me perco no facebook (este último considero viciante e é o principal factor que me distrai de outras tarefas mais importantes)
106. Costumo ler livros em inglês, ver vídeos no Youtube, falar com os meus amigos e partilhar fotos no Whatsapp, ver series ou filmes, seguir sites cómicos como o 9Gag. Mas não tenho facebook, Twitter, Tumblr, Instagram...
107. videojogos, youtube, e procura de conhecimento como ler documentários entre outros
108. Normalmente o que me consome mais tempo é pesquisa.
109. Ver publicações no Facebook, Instagram e Snapchat de amigos e família.
110. Estou sempre em chamada de skype com amigos, alguns colegas de universidade; Passo grande parte do tempo a jogar, sozinha ou online, quando não tenho trabalho da universidade.
111. pesquisas sobre história, atualidade, genealogia
112. Utilizo maioritariamente a internet e o computador como ferramenta académica. Como lazer, utilizo a internet para ver sites desportivos (abola ou maisfutebol), facebook, email, youtube e sites para ver filmes e series (wareztuga, ou ratotv).
113. Gosto mais de jogar online mmorpg's, que ocupam bastante tempo, porem jogo só nas ferias com regularidade. Vejo tambem video, youtubers e series constantemente ao longo do ano.
114. Ouvir música publicar e editar fotografias e falar com amigos.
115. Vídeos no youtube e jogos online.
116. Ouvir música no You tube; utilizar o google scholar.

117. O que mais faço é downloads de séries e filmes através de torrents. Também uso muitas vezes o Youtube para acompanhar os youtubers que sigo, ver os novos vídeos do meu grupo musical favorito, ver tutoriais sobre algo que me interesse aprender ou simplesmente para ver algo aleatório que me seja sugerido quando faço um intervalo do estudo. Sou também frequente utilizadora de websites de roleplay ligados a séries que vejo. Uso o Twitter para ficar a par das fotografias "fantaken" do meu grupo musical favorito, votar em shows, etc. E, finalmente, utilizo bastante o Tumblr para ver e partilhar conteúdos de interesse pessoal.
118. lazer: filmes e series em sites como tugaflix ou mr.piracy, videos ou busca de temas de saúde, curiosidade no google e youtube
119. O que mais faço na internet são chats, tanto para falar com a família, amigos (tanto na vida real (IRL) e on-line) e para conhecer novas pessoas com os mesmos interesses pessoais que eu (ex: anime, youtube, séries). O que me dá mais prazer fazer para além de chats seria "gamming" tanto sózinho ou com amigos ou mesmo a ver Youtubers a jogar (ex: Markipiler, Pewdiepie, Jackseptickey). Sendo isto também o que me consome mais tempo.
120. inspiração para fotografias, inspiração de moda, lojas online de roupa
121. Uso mais a internet para trabalhar/estudar, fora esse âmbito, uso o Instagram (pouco) e Whatsapp para falar com amigos diariamente
122. o que mais faço: pesquisa académica e utilização de redes sociais (facebook). o que me dá mais prazer: ver filmes e séries.
123. Faço download de jogos e light novels Vejo animes e cartoons e leio mangas
124. Jogos online em simultâneo a chamadas de grupo para conviver com amigos, quase todos os dias. Vídeos/meditações guiadas para relaxar antes de dormir, todos os dias. Música enquanto trabalho, estudo, ou faço tarefas quotidianas, sempre. Redes sociais não costumo usar/consultar constantemente a não ser quando recebo notificações ou tenho "tempo morto" (espera pelo autocarro, espera por consultas médicas, etc.)
125. Facebook; Gmail; Tábonito; Wish.
126. Para lazer e diversão, procuro material que me deixe bem-disposto.
127. ver videos no youtube e falar com amigos nas redes sociais
128. Vídeos relacionados com reviews de produtos de maquilhagem
129. Jogos, facebook e essencialmente para ver catalogos e procurar experiencias
130. Visualização de séries.
131. Falar com amigos, ver perfil social, editar perfil social, partilhar imagens, vídeos e frases que gosto, pesquisa para a faculdade, ver vídeos e fazer compras on-line.
132. Normalmente consumo mais tempo a jogar online sozinho e a ver o email
133. O que mais faço online é assistir séries e filmes e socializar com os amigos no facebook. Penso que estas acabam por me consumir bastante do meu tempo
134. Utilizo todos os dias o Facebook/Instagram/Whatsapp para estar em contacto com os meus amigos e familiares, o que me ocupa a maior parte do meu tempo na internet. No entanto, quando tenho trabalhos académicos para fazer, o tempo despendido para o Facebook reduz-se drasticamente. Ter o Facebook ligado enquanto se está a fazer um trabalho, não é boa política, porque passamos o tempo todo a ver as novidades, em vez de estar a trabalhar.
135. seguir youtubers, bloggers, moda, jornais de noticias e desporto, assistir a filmes e séries ...
136. facebook twitter instamgram
137. canais educativos no youtube (exemplo: crashcourse)
138. Para fins de lazer e diversão, costumo estar no facebook, Snapchat, youtube e vejo séries online
139. YOUTUBE - Música Facebook Spotify Outlook Instagram Snapchat
140. Pesquisar coisas que por vezes não têm um interesse em particular, como estatísticas, artigos de opinião de diversa índole.

141. Só utilizo o youtube para ver receitas de culinária, dietas rápidas, vídeos cómicos e videoclips.
142. gosto de aprender nos videos do youtube, mas perco me imenso no facebook, ainda agora deveria estar a fazer um relatório..
143. Notícias e feeds de manhã; Música, fóruns e sites relacionados com o meu meio académico durante 9 horas, manhã e tarde; Música e jogos de todos os tipos até às 11 da noite; Jogos relaxantes e vídeos (o equivalente a "ver televisão") antes de dormir; Chats online e smartphone ligado todo o dia.
144. Leitura
145. Trabalho bastante com as apps do google.
146. Jogar (por vezes) Assistir a filmes Ver notícias Ouvir música
147. aprender outras linguas consultando youtube e outros sites, viajar pelo google maps
148. facebook vídeos de talk shows e stand up comedy no youtube spotify para ouvir música procurar destinos e outras informações para as férias
149. A maior parte do meu tempo on-line é gasto a ler diversos tipos de blogs e sites da minha área académica através do leitor de feed's feedly. Também consulto as notícias em sites online.
150. Ver séries, filmes, animes, falar no chat do facebook, jogar jogos on-line
151. vejo imensos videos no youtube e oiço muito spotify
152. Assitir Netflix
153. Vídeos youtube (stand up, talk shows) Séries e filmes online
154. We Heart It Canva
155. É através de sites que tomo conhecimento das notícias da atualidade, que me mantenho em contacto com os meus amigos e família, que ouço música enquanto estudo, faço download dos apontamentos que os professores fornecem e pesquiso material para sustentar os meus apontamentos que retiro das aulas. gosto de sites como o 9GAG que fazem descontrair um pouco e onde passo mais tempo é no Facebook e Youtube.
156. Gosto muito de jogar jogos de estratégia online, uso o facebook para jogar mas por norma tenho o chat desligado. Gosto de pesquisar materiais de recurso para a minha profissão.
157. Compras online (ebay, primor,...), facebook, messenger, snapchat, youtube (nomeadamente vlogs e tutoriais diversos),
158. Gosto de navegar no sapo, ver notícias, os comentários das pessoas sobre determinado assunto nos fóruns de discussão, ver o horóscopo e por vezes ouvir música.
159. Ouço música, jogo alguns jogos do facebook e gosto de ver meu feed com os posts dos meus amigos.
160. Lei jornais desportivo de preferência. Video de desporto.
161. ler jornais, facebook.
162. Sigo blogs e youtubers. Gosto bastante de visualizar vídeos de maquilhagem. Vejo séries e filmes no netflix e em sites de stream. Uso o facebook, twitter e tumblr.
163. A nível online uso muito frequente o whatsapp e o snapchat para fins sociais/pessoais. Uso também, o google e sites fidedignos (rcaap, ria, google académico) para trabalhos escolares. Gosto de descobrir o nosso país através de pesquisas efetuadas.
164. Sites de séries e filmes, youtube, Facebook, Tumblr, Pinterest, Google e B-on.
165. Consulta de jornais e temas de actualidade. Também temas académicos
166. youtube, facebook,
167. Noticias sobre tecnologias, filmes , e series
168. O que me consome mais tempo é o youtube
169. Assistir vídeos no youtube

170. O que mais faço na internet para fins de lazer que, simultaneamente, é o que me dá mais prazer e consome mais tempo é procurar músicas para ouvir enquanto estudo ou faço trabalhos da universidade.
171. Resolver puzzles, ver filmes, vídeos YouTube, series e anime, ler manga, ler webnovels, ler livros
172. Costumo procurar vídeos de concursos musicais no youtube, ler o diário, seguir as notícias do facebook, etc
173. Leitura de artigos, jornais online. Acompanhar nas redes sociais professores e outros com partilhas interessantes de artigos e assuntos de interesse.
174. Jogos e redes sociais
175. Facebook.com, Facebook games, mail, dnoticias.pt, xnxx.com, publico.pt, youtube.com
176. Facebook, vídeos no youtube, jornais desportivos, etc
177. Pplware, tecnologia e os seus avanços, novidades...
178. Cinema, desporto, jogos, entretenimento.
179. O que mais faço, que me consome mais tempo e me dá mais prazer a fazer é aceder a Sites de Jornais Desportivos, como a ABola, O Jogo, Record, assim como, aceder às redes sociais, neste caso o Facebook e o Instagram. Gosto ainda, de aceder ao Youtube para ouvir música ou consultar alguns tutoriais. Por fim, utilizo algumas Bases de Dados Online para a realização de trabalhos académicos.
180. Séries Pesquisa Redes sociais Receitas Diy vídeos
181. música e filmes no youtube
182. Alguns jogos.
183. Perco algum tempo a ver vídeos de maquilhagem mas é o que eu realmente mais gosto. Utilizo muito o eBay para realizar compras, uma vez que é mais barato. Procuro várias marcas de roupa para comparar os preços.
184. O meu tempo na Internet é partilhado frequentemente e em simultâneo, pelo Facebook, o email pessoal, o email da universidade, o email do trabalho, o Youtube e a plataforma on-line de partilha de conteúdos de carácter multifacetado que é o 9gag. Costumo ter os vários sites abertos nos meus separadores, a não ser que realmente precise de me concentrar numa tarefa. Em todo o caso, o Youtube é uma constante, tanto para ajudar a me sentir mais confortável e relaxar, mas também para me conseguir abstrair do ambiente que me rodeia (barulho, etc.). O 9gag é utilizado para fugir à rotina, para relaxar, passar tempo, me divertir um pouco e entrar em contacto com outras realidades, pois é uma plataforma utilizada por gente de todo o mundo e é uma ótima forma de conhecer experiências pessoais, profissionais, de relacionamentos, ou simplesmente de situações caricatas da vida de pessoas que nem conheço e que fazem publicações de forma anónima, na maior parte dos casos. Costumo utilizar com imensa frequência (várias vezes ao dia) dicionários online (portugueses e ingleses), bem como o Google Tradutor. O site da minha universidade também é um dos quais utilizo com muita frequência, pelas mais variadas razões. Costumo utilizar também a plataforma do IMDb para ter acesso às notícias mais recentes do mundo do cinema/televisão, ver os resultados das bilheteiras e consultar informações acerca de actores, filmes, séries, etc. Também costumo jogar on-line, contudo a frequência depende do tempo que tenho livre, do cansaço, etc. Por fim, mas não com tanta frequência, também costumo utilizar o serviço Netbanco, da minha instituição bancárias.
185. Facebook, sites de notícias, ver séries e filmes, ouvir música.
186. Ver filmes, series, vídeos cómicos e também ouvir música.
187. pesquisa académica ted talks printerest
188. Aceder às redes sociais e por vezes, um jogo de bilhar (no Miniclip).
189. O que gosto mais e que faço muitas vezes é ver vídeos no youtube, seguindo vários youtubers, desde tutoriais de cabelo, maquilhagem, de jogos, late shows americanos, comediantes, cantores e bandas. Também utilizo frequentemente o twitter para seguir notícias de atores, séries, assuntos da atualidade e visualizar imagens de

lugares ou imagens engraçadas. Além disso também gosto de ver algumas séries online, que não passam na televisão, e de jogar jogos online e offline, mas passo menos tempo a fazê-lo do que a ver vídeos no youtube ou a utilizar o twitter.

190. Ler blogs sobre viagens
191. ver videos de youtubers de beleza e cómicos, catálogos de roupa é o que consome mais tempo
192. Sigo youtubers e vejo os seus vídeos que são publicados diariamente. Para além disso por volta de 2 episódios de algumas séries num site de stream.
193. Ler artigos e ouvir música
194. Eu vejo muitos animes, leio mangas, leio livros, ouço musicas.
195. Uso o Bloglovin para seguir os meus blogs preferidos; gosto de ver vídeos sobre música e filmes no youtube; e uso o Pinterest a fim de procurar dicas sobre moda e alimentação.
196. séries, filmes
197. Séries, blind gossip, buzzfeed
198. Consumo mais tempo a ouvir música e a ler livros ou bandas desenhadas.